

## Seminario de Desarrollo de Emprendedores

XXI Muestra Empresarial UAM 2016



- Dominic Hans Peter Santos: Ingeniería Industrial
- Carlos José Castrillo Taboada: Ingeniería Industrial
- Rigoberto Ermogenes López Cortez: Gerencia Informática
- Ronald Alfonso Boza Córdoba: Ingeniería Industrial
- Adán Alexander Cárdenas Sánchez: Mercadeo y Publicidad



---

## Índice

Resumen Ejecutivo.....	5
1.1 Proceso Creativo para Determinación del Proyecto.....	7
1.2 Justificación.....	10
1.3 Nombre de la Empresa.....	11
1.4 Misión, Visión y Valores.....	11
1.5 Descripción de Empresa.....	11
1.5.1 Ubicación de Empresa.....	11
1.5.2 Giro de Empresa.....	12
1.5.3 Tamaño de la Empresa.....	12
1.6 Descripción del Producto.....	12
1.7 Ventajas y Distintivos Competitivos.....	13
1.8 Productos.....	13
1.9 Calificación del Emprendedor para Entrar en Área.....	14
1.10 Apoyo.....	14
1.11 Slogan.....	14
1.12 Logotipo.....	15
1.13 Objetivos Naturaleza del Proyecto.....	16
1.14 Modelo de Negocios CANVAS.....	17
2.1 Objetivos de Mercado.....	19
2.1.2 Elementos del Estudio de Mercado.....	19
2.1.3 Objetivos del Estudio de Mercado RECHARGED.....	19
2.1.4 Objetivo general.....	19
2.1.5 Objetivo Especifico.....	20
2.2 Análisis del Sector.....	20



---

2.2.1 Variables Macroeconómicas.....	20
2.3 Aplicación de Fuerzas de Porter.....	24
2. 4 Matriz FODA.....	27
2.5 Análisis de Clientes.....	28
2.6 Análisis de Competencia.....	29
2.6.1 Análisis Competidores Indirectos.....	29
2.7 Plan de Medios.....	30
2.7.1 Justificación de Medios.....	31
2.8 Investigación de Mercado.....	31
2.9 Conclusiones de Mercado.....	40
3.1 Objetivos Producción.....	43
3.2 Ingeniería Básica.....	44
3.3 Descripción del proceso.....	44
3.4 Características Tecnología Utilizada.....	46
3.5 Materia Prima.....	46
3.6 Diseño de Producción .....	46
3.7 Proveedores .....	47
3.8 Capacidad Instalada .....	47
3.9 Distribución de Planta .....	48
3.10 Personal Requerido para el proceso producción.....	49
3.11 Mejora Continua RECHARGED.....	50
4.1 Objetivos Organizacional.....	52
4.2 Organigrama.....	53
4.3 Descriptor de puestos.....	53
4.4 Reclutamiento.....	59
4.4.1 Divulgación de solicitud.....	60



---

4.4.2 Selección y Llenado “Formato de Perfil” de Contratación de puesto de trabajo...	61
4.4.3 Entrevista Inicial.....	65
4.4.4 Aplicación de pruebas y Entrevista final.....	66
4.5 Contrato laboral.....	66
4.5.1 Modelo Contrato de Trabajo a Utilizar.....	67
4.6 Tabla de Salarios.....	69
4.7 Mobiliario y equipo de Oficina.....	70
4.8 Marco Legal de la empresa.....	70
4.8.1 Constitución Legal RECHARGED SA.....	73
5.1 Objetivos Finanzas.....	77
5.2 Inversión inicial y Financiamiento.....	77
5.3 Estados Financieros Proyectados.....	79
5.3.1 Estado de Situación Financiera.....	79
5.3.2 Estado de resultado proyectado.....	80
5.3.3 Detalle Gastos (Expresado en dólares americanos).....	80
5.4 Análisis y Valuación del proyecto.....	83
5.5 Análisis Estudio Financiero.....	83
Anexos.....	85
Bibliografía.....	88

## Resumen Ejecutivo

### RECHARGED

RECHARGED es un proyecto de una PYME productora y comercializadora de cargadores para computadoras portátiles, económicas, de gran calidad y ecológicas (recicladas y/o reciclables). A continuación se muestran la misión y visión de la empresa:

#### Mision

- Brindar a la sociedad nicaragüense un cargador que pueda cumplir las necesidades de cargar una laptop sin estar conectado a un tomacorriente.

#### Vision

- Ser líder en cargadores portátiles de computadoras en el país.

### La necesidad del mercado

En la actualidad la población hace uso de dispositivos electrónicos que faciliten su trabajo, ya sea empresarios o estudiantes universitarios. Las computadoras portátiles no son excepción; este tipo de dispositivos a su vez, necesita de un cargador que le permita proporcionar energía y de esta forma alargar la capacidad de trabajo de las personas.

Las personas que utilizan computadoras portátiles se encuentran con inconvenientes como: olvidar su cargador en casa o incluso el cable del cargador no es lo suficientemente largo para alcanzar un toma corriente. Al olvidar el cargador corre el riesgo que se quede sin carga la computadora y por ende no concluir con alguna tarea o presentación importante para la directiva de una empresa.



---

Los cargadores para laptop por lo general son algo costosos. Este tipo de dispositivos, nuevos, en el mercado nacional cuesta aproximadamente entre US\$ 130 y US\$ 90, dependiendo de la marca del mismo y el estilo de la computadora. Muchas de las personas que pueden adquirir un cargador nuevo, son personas de clase media alta a alta, dado su nivel adquisitivo económico. Otras personas optan por un cargador semi nuevo, que relativamente es mas barato pero la garantía del mismo es de poco tiempo y tienden a gastar de nuevo en otro cargador.

### **La solución**

En vista de esto RECHARGED ofrece la solución de dispositivos electrónicos para computadoras portátiles, económicas, de gran calidad y además ecológicas. El principal producto es el cargador portátil para computadoras portátiles.

Todos elaborados de piezas electrónicas reutilizadas, que quizás fueron desechadas por creer que ya había acabado su vida útil pero luego de pasar por una serie de pruebas estos se aprovechan, lo que abarata los costos de producción. Estos materiales no afectan en mayor medida a los equipos, ya que son piezas que solo sirven con laptops y que a su vez son compatibles con estos dispositivos. Es accesible al público en general, y es atractivo para empresarios y jóvenes estudiantes universitarios.

El precio de venta del cargador portátil es de US\$ 41

### **La inversión y el retorno**

RECHARGED contará inicialmente con 5 colaboradores, la maquinaria es mínima, los proveedores son locales y confiables y las instalaciones no requieren mucha tecnología, lo que hace que sea un proyecto de poca inversión. La inversión inicial es de US\$ 32,160, repartida en un 80% por aporte de los socios y el 20% restante por préstamo bancario. El periodo de recuperación de la inversión es de 2.7 años.

Los indicadores financieros apuntan que RECHARGED es un negocio rentable, el proyecto generó una Tasa Interna de Retorno del 32% y un Valor Actual Neto de US\$ 11,253.92. Los siguientes indicadores dan una idea de la rentabilidad de RECHARGED:

<b>Rentabilidad</b>			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rentabilidad de las ventas	%	Indica la rentabilidad generada por las ventas.	24%	25%	26%	27%	27%
Rentabilidad sobre Activos Totales	%	Indica la rentabilidad generada por los activos totales.	-8%	5%	6%	7%	4%

# NATURALEZA DEL PROYECTO



## 1.1 Proceso creativo para determinar el proyecto

Para la elección del proyecto a desarrollar, se ha evaluado cada una de las ideas propuestas en el grupo de trabajo según sus características y la necesidad o problemas que satisfacen.

	Producto o servicio	Características	Necesidad o Problema que Satisface
1	Cargador Portátil para Laptop	Brindar un dispositivo electrónico portátil capaz de proporcionar carga de una hora a las laptops.	Comodidad a los usuarios que ocupan laptops a la hora de cargar sus maquinas.
2	Reutilización de agua de los plateros	Brindar a la población un platero que acumula agua que los trastes desechan para utilizarlo en otra actividad.	En muchas viviendas el agua es escasa. Por lo que este producto puede almacenar agua y filtrarla para lavar los trastes e incluso para beber
3	Toallas húmedas ecológicas	Brindar a la población de escasos recursos este producto que para ellos no es de fácil acceso por sus deficiencias económicas.	Es un producto barato y que la población de escasos recursos puede obtener.
4	Reutilización de agua en los baños	Crear un sistema de tuberías y filtrado de agua para utilizar el agua desechada en los inodoros.	Se utilizaría el agua desechada de los baños y los lavamanos para los inodoros y así no usar el agua potable.

Una vez presentados los proyectos, analizamos detenidamente cada uno de ellos para tomar una decisión final. Tomamos en cuenta la rentabilidad, innovación y

expectativas de éxitos que podíamos tener con cada uno de ellos y concluimos apoyar la del Cargador Portátil para Laptop. Nos apoyamos con la matriz de selección. \*Valores del 1 al 5; siendo 5 el más alto\*

Criterios	Cargador portátil para laptop	Reutilización de agua de los plateros	Toallas húmedas ecológicas	Reutilización de agua en los baños
Nivel de innovación	5	3	3	3
Mercado potencial	4	3	4	3
Conocimiento Técnico	4	4	3	3
Requerimiento de capital	4	5	5	5
<b>Puntaje</b>	<b>17</b>	15	15	14

## 1.2 Justificación

Las computadoras portátiles tienen una duración de carga promedio de 4 a 6 horas en uso continuo con la batería al 100% de su capacidad, pero no siempre se mantiene así e incluso la encontramos descargada por completo esto hace que necesitemos de un cargador que esté conectado un tomacorriente para utilizar la máquina. Sin embargo no siempre se tiene al alcance una toma corriente o el cargador de la computadora o inclusive por la falta de energía para seguir con el uso de la misma.

Por estos motivos se quiere crear un cargador con almacenamiento de energía para llevarlo a cualquier parte sin la necesidad de estar conectado a un tomacorriente para proporcionar carga a la computadora y que sea cómodo a la hora de utilizarlo.

## 1.3 Nombre de la empresa

Matriz para determinar el nombre de la empresa:

Criterios	Recharged	Lapcharger	PcCharger
Descriptivo	5	3	2
Original	5	1	2
Atractivo	5	2	2
Agradable	5	3	3
<b>Puntaje</b>	<b>20</b>	9	9

El nombre que llevará la empresa será **Recharged**, debido a que era el que más se asemejaba a las características del producto que queríamos ofrecer. Por otra parte, es un nombre original y simboliza el aspecto más importante de nuestro producto, que es recargar un dispositivo electrónico como es la laptop.

## 1.4 Misión, Visión y Valores de la empresa



## 1.5 Descripción de la empresa

### 1.5.1 Ubicación de la empresa

Se utilizó el **método centroide** para determinar la localización óptima de planta, que nos permita minimizar costos a través de cercanía con proveedores y clientes potenciales. La coordenada óptima dio como resultado (12.114171, -86.255263), la cual se ubica en Planes de Altamira N°2, en la rotonda Centroamérica



### **1.5.2 Giro de la empresa**

Empresa industrial dedicada a la manufacturación de cargadores portátiles para laptops, encargándose de comercializar el mismo a través de canales indirectos (Empresa-Mayorista-Consumidor Final).

### **1.5.3 Tamaño de la empresa**

Según investigaciones realizadas y las estimaciones proyectadas, RECHARGED será una pequeña entidad, ya que la empresa, otorgará un total de empleos aproximadamente entre 9-15 personas.

## **1.6 Descripción del producto**

RECHARGED está hecho a base de elementos electrónicos reutilizados, ya que esto abarata los costos de producción sin afectar la calidad, confiabilidad y durabilidad del producto.

## Materiales adicionales en el cargador

- Cargador Universal *FORZA*
- Baterías de ion litio

### 1.7 Ventajas y distintivos competitivos

Debido a que este producto está hecho a base de elementos reutilizados, su costo es relativamente bajo en comparación con otros productos similares, por lo tanto las ventajas y distingos competitivos son:

1. Precios accesibles al alcance de Nicaragüenses y la población promedio.
2. Solución al problema de cargar una laptop cuando se carece de una toma corriente.
3. Bajo impacto ambiental, ya que esta hecho a base de elementos reutilizados.

### 1.8 Productos

Manufacturación de un cargador portátil para laptops, a base de elementos reutilizados.

## 1.9 Calificación del emprendedor para entrar en área

**Dominic Santos:** Ingeniera Industrial, gerente de calidad.

**Carlos Castrillo:** Ingeniería industrial, logística de la empresa.

**Adan Cárdenas:** Mercadeo y Publicidad, manejo y seguimiento de medios publicitarios y mercadeo en general.

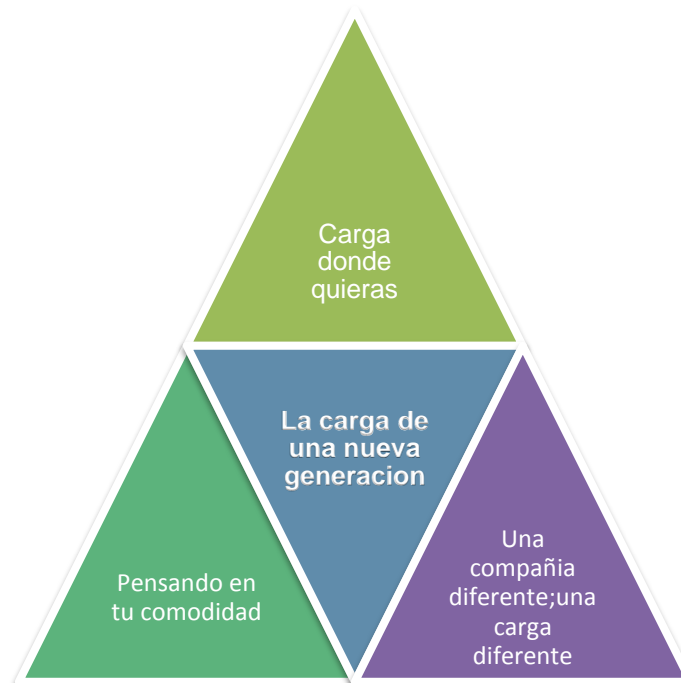
**Rigoberto López:** Gerencia Informática, control y chequeo de redes y director de operaciones.

**Ronald boza:** Ingeniería Industrial, supervisor de procesos de la empresa.

## 1.10 Apoyo

- ✓ Freddy Castillo: Técnico electrónico
- ✓ Lic. Anabelle Vasconcelos: Diseño de logo de la empresa

## 1.11 Slogan de la empresa





---

Se seleccionó el slogan “La carga de una nueva generación”, ya que concluimos que en Nicaragua actualmente no se encuentra un dispositivo para laptop que pueda brindar carga sin necesidad de estar conectado a la corriente. Y nosotros rompemos con ese paradigma y pensamos que es el inicio de algo nuevo en nuestro país.

## 1.12 Logotipo de la empresa



El logotipo de la empresa está compuesto por una batería, que representa la esencia del producto; en el interior, la batería contiene un rayo, que hace referencia a la energía que recibe. El nombre se debe a la función que el producto realiza en el dispositivo electrónico, en este caso las laptops. El enchufe en la letra “d” hace referencia a como nuestro producto obtiene la carga.

El logo contiene también el slogan de la empresa: “La carga de una nueva generación”. El tipo de letra escogida para este logo pretende que la tipografía sea clara y que transmita una sensación de calidez.

Los colores escogidos para el logotipo, son el azul oscuro y el blanco; el azul ya que es uno de los colores que se utiliza para representar la electrónica, y el blanco, que le proporciona armonía al logotipo. Pensamos que son colores que a la vista de la población, no les será perturbador pero si será amigable y llamará su atención.



## **1.13 Objetivos Naturaleza del proyecto**

### **Corto Plazo**

- a) Dar a conocer la marca Recharged a nivel de capital.
- b) Crear alianzas estratégicas con empresas de electrónica y venta de computadoras en Managua.

### **Mediano Plazo**

- a) Convertir a Recharged en el principal proveedor de cargadores móviles de laptops en Managua.
- b) Distribuir el producto en tiendas de electrónica y computación ubicadas en Managua.

### **Largo Plazo**

- a) Permanecer en el mercado Nicaragüense.
- b) Oficinas de ventas en diversas plazas del país (6 en total).



## 1.14 Modelo de CANVAS

<b>MODELO DE CANVAS Recharged</b>	
<b>Socios Claves</b>	Radioshack, CECA, COMTECH, Compu Express
<b>Actividades Claves</b>	Excelente control de calidad. Conexión constante con clientes potenciales. Mejora continua (evaluación al cliente gradualmente)
<b>Recursos Claves</b>	Mobiliario y equipos de oficina. Redes Sociales. Materia Prima y equipo de producción. Anuncios publicitarios.
<b>Propuestas de Valor</b>	Cargador portátil para laptop elaborado con elementos reutilizados de electrónica, con un diseño cómodo, el cual puede brindar carga necesaria a los dispositivos para poder realizar sus actividades.
<b>Relación Consumidor</b>	Retroalimentación continua (encuesta calidad cuatrimestral). Atención postventa (mantenimiento a cargador portátil)
<b>Canales</b>	Canal Indirecto (Recharged-Mayorista-Consumidor Final)
<b>Segmentos Consumidores</b>	Personas que tengan y/o usen laptop. Estudiantes universitarios y adultos (empresarios o no) que tengan y/o usen laptops. En el caso de los estudiantes, serán jóvenes de entre 16-25 años de edad.
<b>Estructura de Costos</b>	Gastos operativos. Costos Directos (M.O y M.P)
<b>Flujo de Ingresos</b>	Ventas al por mayor.

# Estudio De Mercado



---

## **2.1 Objetivos de mercado**

### **Corto plazo**

- Introducir al mercado un cargador portátil para laptop dirigido al segmento de clase media-alta.
- Implementar una estrategia publicitaria para captar la atención de futuros clientes.
- Lograr en ventas un estimado de 6000 unidades en el primer año.

### **Mediano plazo**

- Lograr que Recharged se comercialice en tiendas de mayor peso en el mercado.
- Alcanzar un incremento de 60% en las ventas para los primeros 3 años.

### **Largo plazo**

- Expandir nuestro mercado tanto nacional como internacionalmente.
- Realizar una investigación de mercado para obtener información sobre la aceptación de un nuevo producto electrónico elaborado de materiales reutilizados.

## **2.1.2 Elementos del estudio de mercado**

### **2.1.3 Objetivos del estudio de mercado Recharge**

El objetivo de nuestro estudio de mercado es el de tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien que pensamos vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y el precio a que los consumidores están dispuestos a obtenerlos. Adicionalmente el estudio de mercado va a indicar si corresponde a las necesidades de compra del cliente.

### **2.1.4 Objetivo General**

Lanzar al mercado nicaragüense un producto innovador que venga a maximizar el tiempo de las personas que utilizan en sus rutinas diarias computadoras fuera de sus casas y oficinas.

## 2.1.5 Objetivos Específicos

- 1) Alcanzar una posición optima dentro del mercado de computadoras.
- 2) Afianzar el producto como un producto sólido y de fácil venta en el mercado.
- 3) Contar con un buen plan de Marketing para el mercado meta.

## 2.2 Análisis del sector

### 2.2.1 Variables Macroeconómicas

- **Salario Mínimo**

Lista de salarios mínimos para el periodo 2016 será de la siguiente manera:

Sector de actividad	Vigente a partir del 1/03/ 2016 al 31/08/2016.		Vigente a partir del 1 de septiembre, 2016 al 28 de febrero del 2017.	
	Porcentaje	Mensual	Porcentaje	Mensual
<b>Agropecuario.</b>	4.5%	C\$3,330.86	4.5%	C\$3,480.74
<b>Pesca.</b>	4.5%	C\$5,064.66	4.5%	C\$5,292.57
<b>Minas y canteras.</b>	4.5%	C\$5,982.06	45%	C\$6,251.25
<b>Industria manufacturera.</b>	4.5%	C\$4,478.70	45%	C\$4,680.24
<b>Industrias sujetas régimen especial.</b>	8%	C\$4,671.01	0	C\$4,671.01
<b>Micro y pequeña industria artesanal y turística nacional artesanal.</b>	4.0%	C\$3,596.03	4.0%	C\$3,739.87
<b>Electricidad, gas y</b>	4.5%	C\$6,109.45	4.5%	C\$6,384.37

agua; Comercio,  
restaurantes-  
hoteles, transporte,  
almacenamiento y  
comunicaciones.

<b>Construcción, establecimientos financieros y seguros.</b>	4.5%	C\$7,454.13	4.5%	C\$7,789.56
<b>Servicios comunales sociales, y personales.</b>	4.5%	C\$4,669.50	4.5%	C\$4,879.62
<b>Gobierno central y municipal.</b>	4.5%	C\$4,153.73	4.5%	C\$4,340.64

Fuente: [Acta No. 1 CNSM del 21.01.2016.pdf](#)

Esta variable es de gran importancia para el estudio de mercado de RECHARGED ya que indica el poder adquisitivo mínimo que tiene la sociedad Nicaragüense según su sector de actividad. Por otro lado, se puede obtener un parámetro para establecer una estimación de los costos de la planilla de RECHARGED y las posibles variaciones que habrá en el salario de sus trabajadores y cómo afectarán estas en los costos y los precios de los productos.

- **Producto Interno Bruto (PIB)**

En el cuatro trimestre de 2015, la economía nicaragüense registró un crecimiento interanual de 6.6 por ciento y un crecimiento promedio anual de 4.9 por ciento en los datos originales, según la estimación preliminar del PIB trimestral (PIBT).

Por el enfoque de la producción, las actividades con más dinamismo fueron construcción, comercio, pecuario, intermediación financiera, hoteles y restaurantes, transporte y comunicaciones, entre otras. Se observaron

reducciones en las actividades de silvicultura y extracción de madera, extracción de minas y canteras, y agricultura.

Sector Económico	Participación Porcentual
<b>Construcción</b>	<b>25.0%</b>
<b>Comercio</b>	<b>12.5%</b>
<b>Pecuario</b>	<b>9.3%</b>
<b>Intermediación Financiera</b>	<b>8.7%</b>
<b>Hoteles y Restaurantes</b>	<b>5.8%</b>
<b>Transporte y Comunicaciones</b>	<b>6.5%</b>

Fuente: [http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/trimestral/cuentas\\_nacionales/cuentas\\_nacionales\\_4.pdf](http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/trimestral/cuentas_nacionales/cuentas_nacionales_4.pdf)

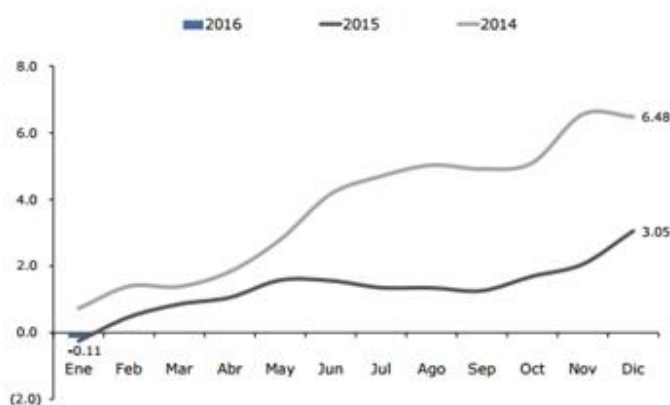
Una información publicada dentro del Anuario Estadístico 2015 del Banco Central de Nicaragua (BCN) detalló que el PIB per cápita está ahora en **US\$2,026**, siendo un equivalente a **US\$932** más que en el año 2015, lo que quiere decir que en Nicaragua se gana un poco más que hace un año.

Esto datos indican que existe la suficiente estabilidad económica en Nicaragua, como para realizar inversiones en nuevas empresas y que estas se desarrollen, por consiguiente RECHARGED aportará al crecimiento de la economía nacional, a través del gasto de inversión y la creación de empleos.

- **Indicie de Precios Al Consumidor (IPC)**

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) reflejó una variación mensual de -0.11 por ciento (-0.25% en igual mes 2015), explicada principalmente por la disminución de precios en algunos bienes y servicios de las divisiones de recreación y cultura (-6.69%), transporte (-1.36%) y, educación (-0.22%), las cuales contribuyeron en conjunto con -0.373 puntos porcentuales a la variación observada. En cambio la división de restaurantes y hoteles mostró un comportamiento contrario con una variación de 0.59 por ciento (0.064pp). En tanto, la inflación interanual se situó en 3.19 por ciento, 2.26 puntos porcentuales inferiores a la registrada en enero de 2015, mientras la inflación subyacente fue de 5.69 por ciento (5.64% a enero 2015).

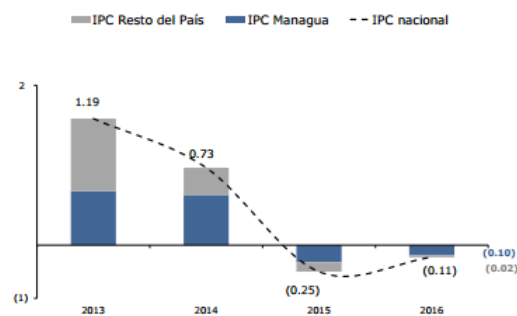
**Gráfico 1**  
Inflación nacional acumulada 2014- 2016  
(porcentaje)



Fuente: BCN

El **IPC Managua** mostró una variación mensual de -0.15 por ciento (-0.25% en enero 2015). Las divisiones con mayores aportes negativos fueron: recreación y cultura, transporte y educación, con aporte en conjunto de -0.189 puntos porcentuales a la inflación de enero. A nivel de productos, los resultados más significativos fueron en: billete de lotería, tomate, platos preparados para llevar y la gasolina. Por el contrario, se observó contribuciones positivas en: almuerzo, cebolla, servicio de telefonía celular y colonia.

**Gráfico 4**  
Inflación nacional acumulada y contribución por área geográfica, a  
enero de cada año  
(porcentaje y puntos porcentuales)



Fuente: BCN

- **Inflación Nacional**

La inflación nacional fue de 1.45 por ciento (0.85% en marzo 2015), inducida por el comportamiento de los precios en las divisiones de Alimentos y bebidas no alcohólicas; Restaurantes y hoteles, y; Educación, con un aporte conjunto de 1.306 puntos porcentuales. Por su lado, la inflación interanual, se situó en 3.66 por ciento, 2.27 puntos porcentuales inferiores a la registrada en marzo de 2015, mientras la inflación subyacente fue de 5.02 por ciento (6.47% a marzo 2015).

## **2.3 Aplicación de las fuerzas de Porter**

- **Amenaza de productos sustitutos**

En Nicaragua no existe ninguna empresa que fabrique cargadores portátiles para laptops y debido a la naturaleza de este producto sería muy difícil sustituirlo ya que este tiene que llevar una serie de especificaciones y regulaciones de voltaje dependiendo de cada computadora.

- **Poder de negociación de los compradores**

Los clientes no poseen un alto poder de negociación, ya que los precios de los productos similares no son tan atractivos como los de RECHARGED, ya que este está elaborado a base de elementos reutilizados, por lo tanto no tienen muchas opciones donde encontrar un producto similar con el mismo precio.

Encontrarle un uso productivo a este conjunto de elementos electrónicos desechados, hace que el precio de RECHARGED sea relativamente bajo en comparación con el precio de productos similares, por lo tanto esto genera un alto poder de negociación.

- **Amenaza de nuevos competidores entrantes**

La amenaza de nuevos competidores es alta debido a los siguientes motivos:

- ✓ La idea de un cargador portátil a bajo costo es muy atractiva.
- ✓ El monto de inversión inicial no es muy alto; según las encuestas realizadas, este producto tiene mucha aceptación.



- **Poder de negociación de proveedores**

Debido a que la materia prima de RECHARGED son elementos electrónicos reutilizados, esto hace que las opciones de proveedores sean bajas, pero se planea contrarrestar los escasos de proveedores estableciendo un centro de compra de estos elementos a entidades que ya no los utilicen. Por lo tanto el poder de negociación de RECHARGED es medio-alto.

- **Rivalidad entre competidores**

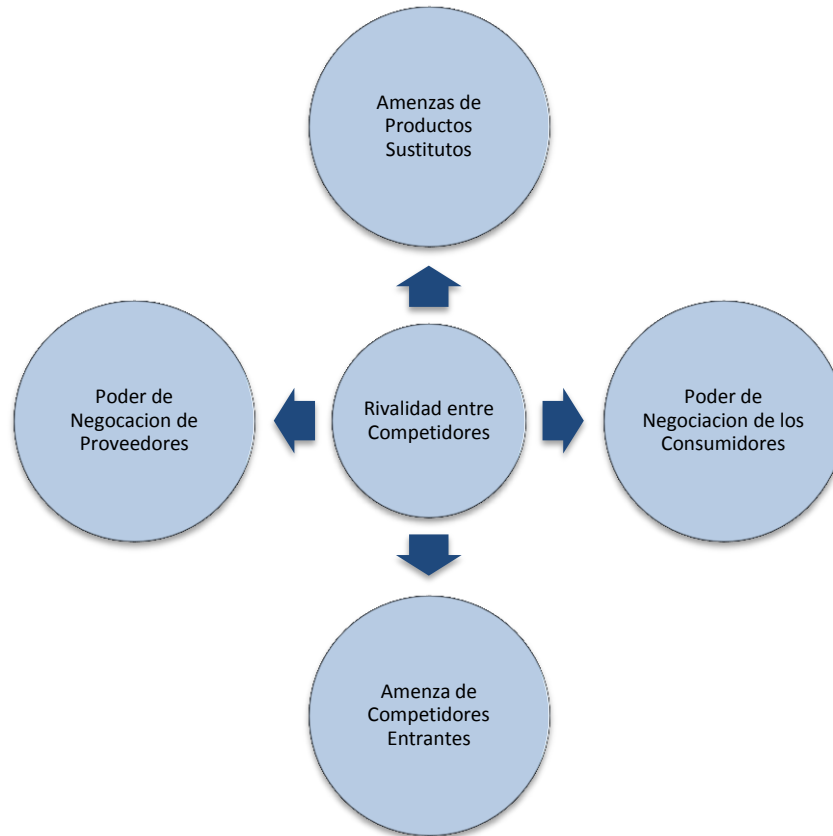
Se puede decir que en Nicaragua no hay productos competidores con características iguales a las de RECHARGED, pero por otro lado los competidores son todas las empresas que importan este tipo de productos al país, con precios altos en comparación con el de nuestro producto, por lo tanto se puede decir que RECHARGED tiene cierta ventaja en la diferenciación de producto, debido a que está elaborado a base de elementos reutiliza.

- **Diferenciación:** El concepto de los cargadores portátiles de RECHARGED es totalmente innovador, no sólo se ofrece un producto de igual calidad a los comunes, sino también un alivio al bolsillo de los/las nicaragüenses.

### ***Matriz de Fuerzas Comparativas***

**Grado:**

- **Alto** 
- **Medio** 
- **Bajo** 



## 2.4 Matriz F.O.D.A Recharged



F – O MAX- MAX	D – O MIN- MAX
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Diferenciación:</b> (F1, F3, F4 – O1, O2, O3)</li> <li>• <b>Liderazgo en costos:</b> (F2 – O4)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Mejoras en el peso, tamaño y tiempo de carga:</b> (O1, O2, O3 – D2, D3, D4)</li> </ul>
F – A MAX- MIN	D – A MIN- MIN
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Introducción de un nuevo producto Recharged:</b> (F1, F2, F4 – A1, A2, A3)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Mayor valor agregado:</b> (D1, D2, D3 – A1, A2, A3)</li> <li>• <b>Mayor eficiencia operacional:</b> (D1, D2, D3 – A1, A2, A3)</li> </ul>

## 2.5 Análisis de Clientes

El mercado meta de Recharged es toda persona que tenga una computadora portátil ya que tenemos el fin de dar respuesta a la necesidad de cargar una laptop cuando no se tiene un tomacorriente a disposición.

Nuestra segmentación está dividida en las siguientes puntos.

- ✓ Estudiantes universitarios.
- ✓ Ejecutivo.

Utilizamos la variable demográfica, porque tomamos en cuenta la edad, genero, profesión y estatus socioeconómico. Se determinó un rango de edad entre 17 a 40 años, ya que nuestro mercado meta son estudiantes universitarios y ejecutivos de negocios,

Posterior tenemos los géneros los cuales son masculino femenino, el estatus socioeconómico. Establecimos que RECHARGED ira dirigido a una sociedad media/alta ya personas de bajo recursos no tiene capacidad de adquirir una computadora portátil.

La empresa se enfoca específicamente a este segmento debido a que son las personas que ocupan con mayor frecuencia una computadora portátil debido a que no siempre suelen estar trabajando en una computadora de escritorio y necesitan laptops para realizar sus deberes en otros lugares como una biblioteca, centros comerciales o cualquier lugar público.

En estos lugares públicos tanto universitarios como ejecutivos han tenido la problemática de encontrar un tomacorriente para ocuparlo y recargar sus computadoras debido a que o se mantienen ocupados, están largo del lugar donde se encuentra la persona o simplemente no hay en el área.



---

## **2.6 Análisis de Competencia**

Luego de un análisis detallado concluimos que RECHARGED no posee una competencia directa debido a que en el mercado nicaragüense no se encuentra este tipo de producto. Por otro lado podemos observar que existe una gran posibilidad de que emerja una competencia directa ya que por el momento solo se encuentra competencia de forma indirecta.

### **2.6.1 Análisis de Competidores Indirectos**

Hay una gran variedad de competidores indirectos, como SONY, TOSHIBA, DELL entre otros. Estos poseen gran variedad de cargadores para computadora portátiles pero cabe recalcar que estos solo se pueden utilizar estando conectados a un tomacorriente.

Todas estas compañías son muy reconocidas en el mercado tanto de forma nacional como internacional pero ninguna de estas posee actualmente un producto que satisfaga la problemática que estamos tratando de solucionar en el país, la cual es proporcionar energía eléctrica para cargar una computadora portátil sin necesidad de conectar el cargador a un enchufe.

Esto no quiere decir que las empresas anteriormente mencionadas no hagan nada al respecto ya que al ver que es un producto con mucha demanda estas buscaran la manera de introducirse al mercado para crear una competencia a nuestro producto.

## 2.7 Plan de Medios

MEDIOS	HERRAMIENTAS	LUGARES	CANTIDAD	COSTO	CARACTERISTICAS	COTIZACION
Traseras de Buses	Transporte colectivo	Ruta 119: Altamira, UCA.	1	US\$200.00	—	Difuso
		Ruta 120: UCA, 7 Sur.	1	US\$200.00	—	
Material Promocional	Muppies	Carretera a Masaya: km 2 – 14	7	US\$1,177.00	Típico	Grupo Publimovil
		Carretera Sur: Pista Sub-Urbana hasta km 12.	7	US\$1,177.00	Típico	
			TOTAL TRIMESTAL	US\$2,754.00		

Medio	Inicio	Final
Trasera de Buses	Julio 18	Diciembre 18
Material Promocional	Julio 18	N/A

Encargado del seguimiento: Adán Cárdenas



---

### 2.7.1 Justificación de Medios

**Traseras de buses:** A través de este medio se pretende que la publicidad del producto de RECHARGED sea vista por las personas que se mantienen en la avenida principal de la UCA y Altamira y por los conductores que circulan por esa zona. El primer punto se ha seleccionado por ser una de las áreas más transitadas de Managua y el segundo por ser una de las zonas más céntricas de la capital y también por la cantidad de personas que en esa zona transitan. Por el momento se utilizarán únicamente dos buses, debido a que RECHARGED es una nueva y pequeña empresa con un presupuesto corto, se espera que a medida que el producto sea aceptado por el mercado, la publicidad se expanda en toda Managua y en el país.

**Material promocional:** Se utilizaran los muppies como un medio promocional, a través de este medio se pretende que la publicidad de RECHARGED sea vista por las personas que transitan en Carretera a Masaya y Carretera Sur. Ambos puntos de la capital son elegidos porque hay una gran afluencia de automóviles y buses en esas zonas. Los muppies estarán ubicados cada dos kilómetros y de momento solo se utilizaran esas dos áreas de la capital, pero se espera que se expanda a nuevas vías de tránsito de la capital y del país.

## 2.8 Investigación de Mercado

Para la investigación de mercado se utilizó la encuesta como herramienta de recopilación de información.

Se seleccionó la aplicación web de encuestas “Survey Monkey” dado que es una herramienta muy útil y excelente para analizar encuestas. La encuesta se seleccionó como herramienta para realizarse a jóvenes universitarios y adultos (empresarios o no) que utilizan o tengan computadoras portátiles, siendo este nuestro segmento de mercado escogido.

- **Diseño de encuesta**

**Encuesta hecha por ReCharged**

Somos alumnos del Programa Emprendedores de la Universidad Americana UAM y queremos introducir en el mercado Nicaragüense un dispositivo electrónico. Se trata de un cargador portátil para laptop elaborado con elementos reutilizados de electrónica, el cual puede brindar carga necesaria a los dispositivos para poder realizar sus actividades.

Sexo: F      M

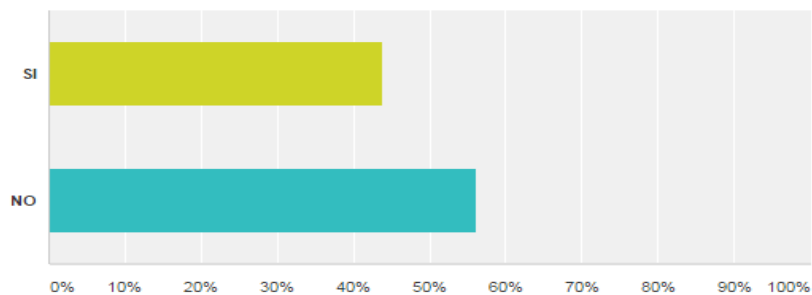
1. ¿Ha escuchado hablar sobre este tipo de dispositivos?  
SI                                  NO
2. ¿Qué tan útil para usted cree sea este producto?  
Necesario  
Conveniente  
Innecesario
3. ¿Dónde te gustaría encontrar este producto?  
Centros Comerciales  
Tiendas Electrónicas  
Otros
4. Si tuviera la oportunidad de escoger un cargador común y ReCharged ¿Cual escogería?  
Cargador Común  
Recharged
5. ¿Qué características le gustaría encontrar en nuestro producto? Ordene del 1 al 4, siendo 1 el más importante.  
Color (blanco/negro) \_\_\_\_  
Peso Ligero \_\_\_\_  
Rango de duración de carga \_\_\_\_  
Tamaño \_\_\_\_
6. ¿Con que frecuencia ha tenido inconveniente a la hora de cargar su laptop?  
Muy frecuente  
Frecuente  
Poco frecuente
7. ¿Alguna vez ha olvidado su cargador?  
SI                                  NO
8. ¿Qué rango de ingresos percibe mensualmente?  
US\$ 108 - US\$ 214 \_\_\_\_    US\$ 214 – US\$ 285 \_\_\_\_    US\$285 – US\$ 357 \_\_\_\_  
US\$ 357 o más \_\_\_\_



- **Resultado y análisis de encuesta**

**¿Ha escuchado hablar sobre este tipo de dispositivos?**

Respondido: 48 Omitido: 0

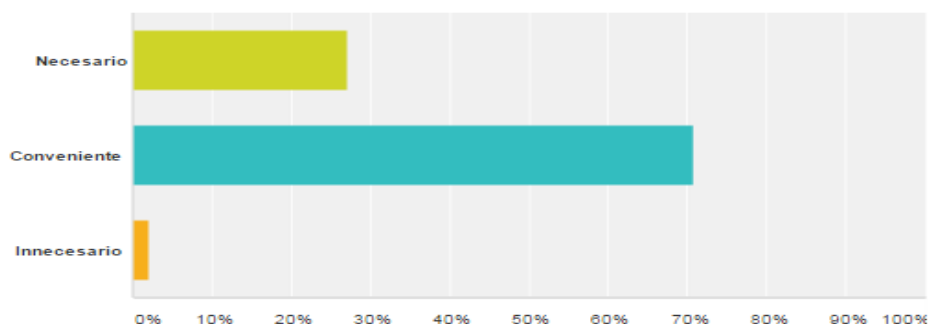


Opciones de respuesta	Respuestas
SI	43,75% 21
NO	56,25% 27
Total	48

Según los resultados de la gráfica n°1 se observa que el 56.25% de las personas encuestadas no ha escuchado hablar sobre los dispositivos electrónicos inalámbricos que carguen computadoras portátiles. Y un 43.75% que si han escuchado hablar sobre este tipo de dispositivos. Con el 56.25% de personas que no tienen conocimiento de este tipo de producto, RECHARGED tiene la oportunidad de ser los primeros en posicionar su marca en el mercado Nicaragüense y presentarle este nuevo producto a este porcentaje de los encuestados.

### ¿Que tan útil para usted cree sea este producto?

Respondido: 48 Omitido: 0

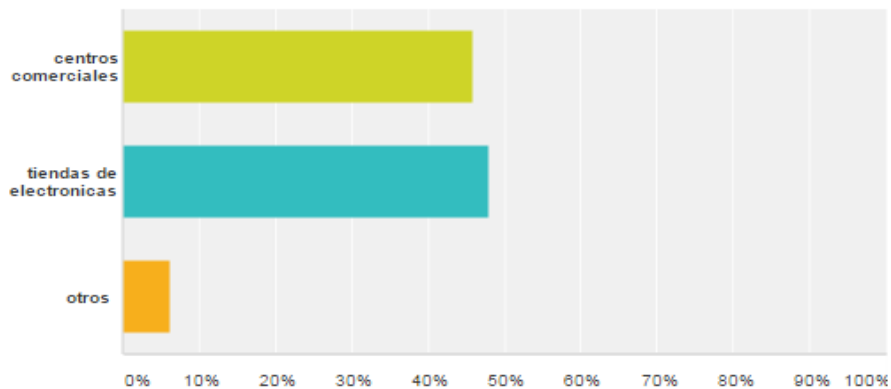


Opciones de respuesta	Respuestas	
Necesario	27,08%	13
Conveniente	70,83%	34
Innecesario	2,08%	1
Total		48

Los resultados de la gráfica n°2 muestra que un 27.08% de los encuestados cree que nuestro producto es necesario para ellos; el 70.83% lo encuentra altamente conveniente para su uso y solo un 2.08% lo encuentra innecesario. Se cree que el 27.08% de los encuestados puede llegar a ver nuestro producto altamente conveniente una vez que lo conozcan un poco más.

### ¿Donde te gustaria encontrar este producto?

Respondido: 48 Omitido: 0

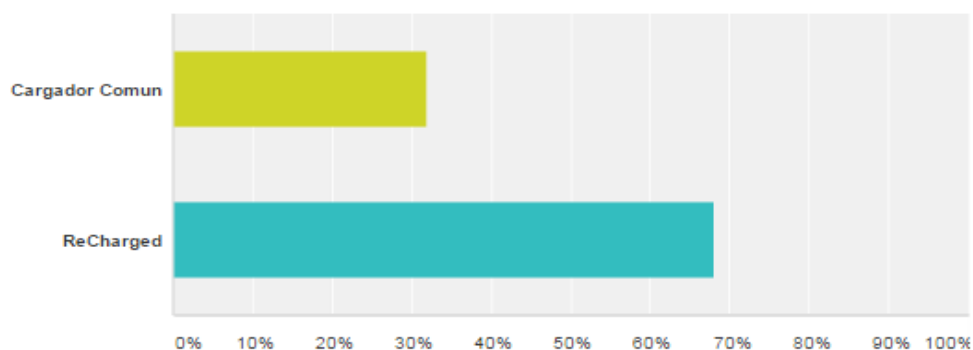


Opciones de respuesta	Respuestas
centros comerciales	45,83% 22
tiendas de electronicas	47,92% 23
otros	6,25% 3
Total	48

La grafica n°3 hace referencia a los lugares donde RECHARGED podría estar ubicado para tener una mejor atracción de clientes. El 45.83% opina que les gustaría que RECHARGED esté ubicado en los diferentes Centros Comerciales de la capital; el 47.92% de los encuestados cree que sería mejor que la empresa tenga presencia en tiendas electrónicas de Managua; en cambio un 6.25% de la población encuestada piensa que la empresa debería estar ubicada en otro tipo de local de la capital.

**Si tuviera la oportunidad de escoger un cargador comun y ReCharged ¿Cual escogería?**

Respondido: 47 Omitido: 1

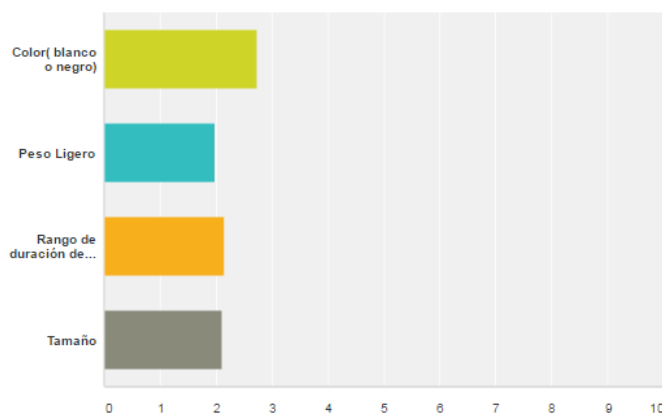


Opciones de respuesta	Respuestas
▼ Cargador Comun	31,91% 15
▼ ReCharged	68,09% 32
Total	47

Los resultados de la gráfica n°4 hacen referencia a las opciones de preferencias que tiene la población en cuanto a cargadores de computadoras portátiles. El 31.91% prefiere un cargador común, y un 68.09% de la población encuestada prefiere el uso de RECHARGED. Con el 31.91% de los encuestados se espera que más adelante habrá inclinación por el uso de RECHARGED una vez que este producto tenga presencia en el mercado y haya confianza sobre este.

¿Que características le gustaria encontrar en nuestro producto? Ordene del 1 al 4, siendo 1 el mas importante

Respondido: 48 Omitido: 0

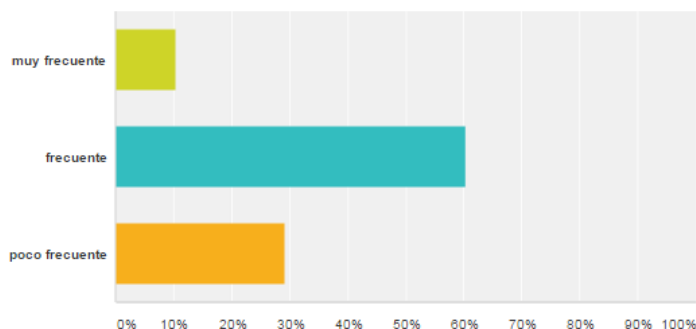


	1	2	3	4	Total	Promedio ponderado
Color( blanco o negro)	25,53% 12	21,28% 10	6,38% 3	46,81% 22	47	2,74
Peso Ligero	40,43% 19	27,66% 13	25,53% 12	6,38% 3	47	1,98
Rango de duración de carga	54,17% 26	8,33% 4	6,25% 3	31,25% 15	48	2,15
Tamaño	35,42% 17	25,00% 12	33,33% 16	6,25% 3	48	2,10

Los resultados de la gráfica n°4 recopilan las características que los clientes quieren en nuestro producto basándose en el color, peso, tamaño, rango de duración de carga y tamaño del mismo. Ordenando de manera ascendente tenemos que: el 54.17% de los encuestados prioriza el rango de duración de carga; 46.81% opina que los colores blanco o negro son una buena característica para el cargador; que el producto tenga un peso ligero hay un 40.43% de encuestados; y un 35.42% opina que el tamaño del cargador es una prioridad.

**¿con que frecuencia ha tenido inconveniente a la hora de cargar su laptop?**

Respondido: 48 Omitido: 0

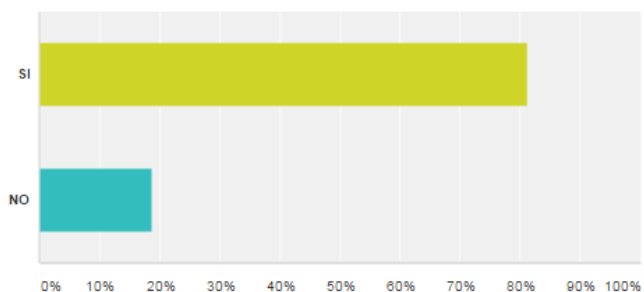


Opciones de respuesta	Respuestas	
muy frecuente	10,42%	5
frecuente	60,42%	29
poco frecuente	29,17%	14
Total		48

Los resultados de la gráfica n°5 muestran que el 60.42% de la población encuestada frecuentemente tiene problemas al cargar su computador portátil; 29.17% de los encuestados de manera poco frecuente ha tenido ese problema, y un 10.42% de manera muy frecuente ha tenido problemas para cargar su laptop.

### ¿alguna vez ha olvidado su cargador?

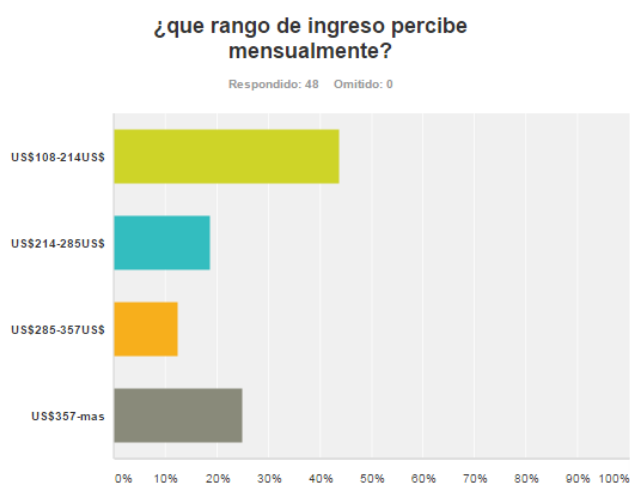
Respondido: 48 Omitido: 0



Opciones de respuesta	Respuestas	
SI	81,25%	39
NO	18,75%	9
Total		48

Los datos recopilados de la gráfica n°6 indican el porcentaje de personas encuestadas que han olvidado su cargador; dando el 81.25% como respuesta que si han olvidado su cargador y un 18.75% que no.

Opciones de respuesta	Respuestas
US\$108-214US\$	43,75% 21
US\$214-285US\$	18,75% 9
US\$285-357US\$	12,50% 6
US\$357-mas	25,00% 12
Total	48



La última grafica muestra el poder de adquisición de nuestra población encuestada. Los resultados muestran que todos pueden comprar el cargador portátil RECHARGED. El 43.75% de las personas se encuentra en el rango de US\$108 – US\$214, siendo este el rango de mayor ingreso adquisitivo.

## 2.9 Conclusiones del estudio de mercado

Como se pudo apreciar en las encuestas nuestro producto tiene una gran aceptación en el público y con altas posibilidades de penetrar en el mercado ya que sería algo nuevo para la sociedad nicaragüense. No se encuentra competencia de forma directa y soluciona una problemática que cualquier persona que ha ocupado una computadora portátil sin acceso a un tomacorriente.

RECHARGED está dirigido para una segmento que la mayoría del tiempo ocupan una computadora portátil más la parte de los estudiantes universitarios y estos son los mayores afectados a la hora de querer cargar su computadora portátil, por el otro lado están los ejecutivos que sufren menos esta problemática pero no se





---

escapan del todo ya que hay ocasiones que salen de viaje o necesitan estar ocupando su computadora en lugares públicos.

# Estudio Técnico

### **3.1 Objetivos de Producción**

#### **Corto plazo**

- Producir 500 unidades de cargadores mensualmente.
- Producción al menor costo posible en los primeros 6 meses.

#### **Mediano plazo**

- Aumentar la producción en 60% de unidades.
- Ampliación del área de producción.

#### **Largo plazo**

- Innovación en nuevos productos.
- Buscar una certificación internacional (ISO, UL Listed)

## 3.2 Ingeniería Básica

### Descripción del Producto

- ✓ Cargador Universal *FORZA* DE 90 Watts
- ✓ 4 baterías de ion litio de 4 Voltios

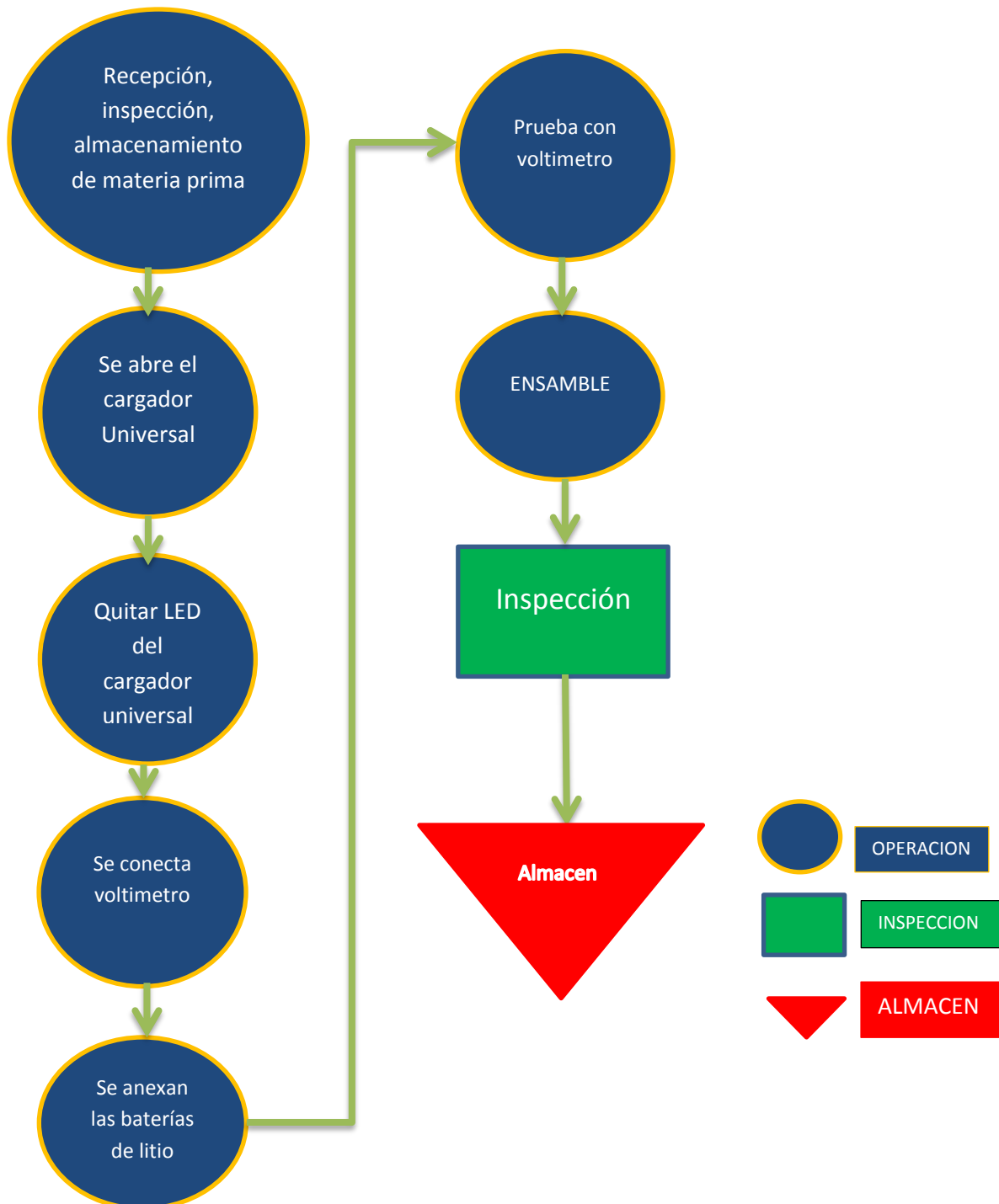
Peso	1 lb
Altura	5.8 cm
Largo	12 cm
Ancho	8 cm

### 3.3 Descripción del Proceso de Producción

1. Recepción, inspección y almacenamiento de materia prima.
2. Se abre el cargador universal
3. Se quita la Led del cargador para evitar que se descarguen las baterías de litio que se anexaran.
4. Se conecta un voltímetro al cargador para asegurarse que este trabaje de manera óptima.
5. Se anexan las baterías de litio al cargador universal.
6. Se prueba con el voltímetro si las baterías y el cargador trabajan de manera óptima.
7. Proceso de ensamblaje.
8. Inspección del producto final.
9. Almacenamiento de producto terminado.

\* Nota: Al avanzar durante el proceso, se inspecciona el trabajo anterior, teniendo un sistema de inspección en cadena, para asegurar que las piezas estén bien.

## Diagrama de Procesos: Recharged



### 3.4 Características De Tecnología Utilizada

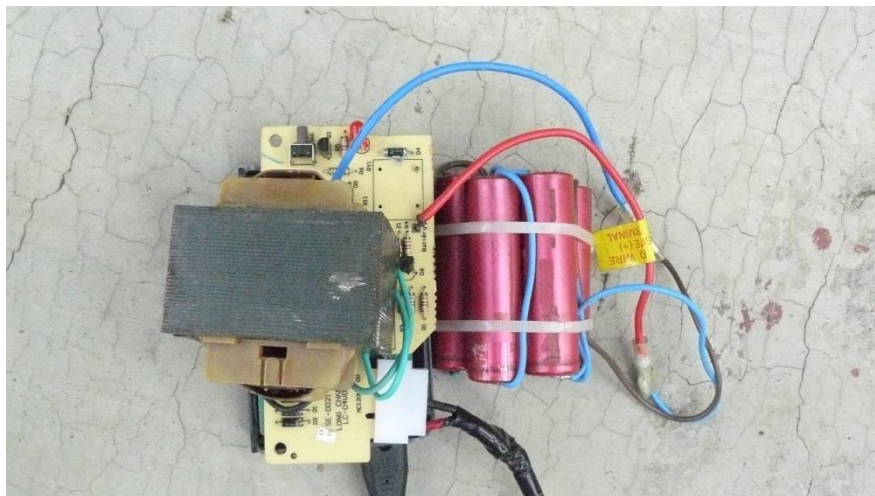
Tecnología electrónica reutilizada. Entre ellas tenemos:

- ✓ Cargador Universal *FORZA*
- ✓ 4 baterías de ion litio

### 3.5 Materia Prima

PIEZAS	COSTO
Cargador Universal <i>FORZA</i>	US\$ 15
4 Baterías de ion litio para computador	US\$ 12
<b>TOTAL</b>	<b>US\$ 27</b>

### 3.6 Diseño de Producción



Vista del diseño interno del cargador

### 3.7 Proveedores

Los proveedores de RECHARGED se listan en la siguiente tabla, además se le asigna un valor de importancia según el insumo y el poder negociación del proveedor

Proveedores	Ubicación	Producto	Importancia de insumo (1-5)	Poder de proveedor (1-5)
CECA	Calle principal de Altamira	Baterías de litio	5	5
COMTECH	Calle principal de Altamira	Baterías de litio	5	3
Compu Express	BDF Altamira, media cuadra al este	Baterías de litio	5	3
Radio Shack	Galerías, Metrocentro	Puertos para diferentes tipos de computadoras portátiles	5	5
Delmi Technology	Frente al Hospital Manolo Morales	Cargador Universal	5	3

### 3.8 Capacidad Instalada

La empresa trabajará en base a la demanda y la proyección de ventas. Se estima tener un flujo constante de diferentes empresas encargados de la venta de este producto electrónico, sin embargo, las ventas directas a los usuarios podrían ser consideradas

Aunque se trabajará por pedido de producción diaria, varía de año según se estima que crezca la empresa y la demanda. Se resume en la siguiente tabla:

Cargador Portátil	Producción Diaria		
	Año 1	Año 2	Año 3
	4	6	8

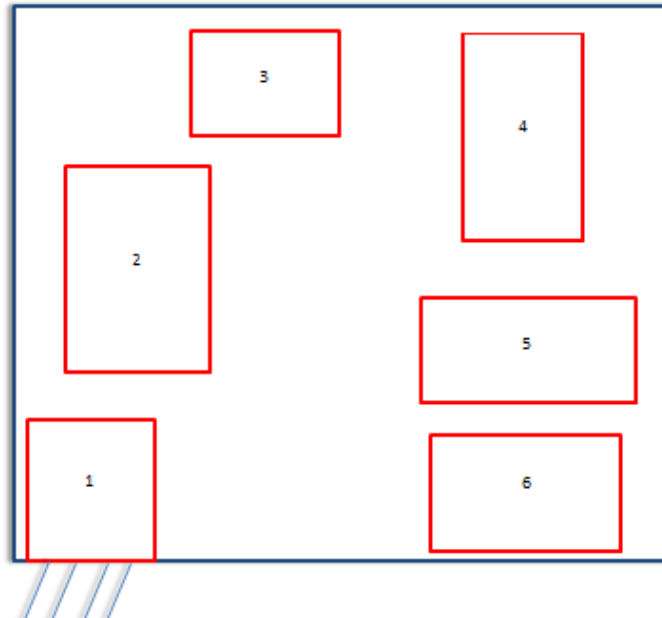
### 3.9 Distribución de Planta

1. Recepción y almacenamiento de materia prima
2. Área de armado
  - Se abre el cargador universal
  - Se extrae LED del cargador
  - Se prueba con voltímetro
  - Se cierra el cargador
  - Se instalan las baterías de ion litio al cargador
  - Se utiliza multímetro para constatar que todos los dispositivos trabajen de manera optima
3. Área de prueba
4. Área de ensamble
5. Bodega de productos

El diseño de la planta está hecho de tal modo que optimiza el flujo de producción, así mismo se planea en el futuro un área de ampliación para la bodega.



### Vista de oficinas



Ambiente	Área (m <sup>2</sup> )
1. Bodega	2x2 m <sup>2</sup>
2. Área de armado	2x3 m <sup>2</sup>
3. Área de pruebas	2x2 m <sup>2</sup>
4. Área de ensamble	2x3 m <sup>2</sup>
5. Almacén de producto terminado	2x2 m <sup>2</sup>
6. Área administrativa	4x4 m <sup>2</sup>
<b>Total</b>	<b>6x7 m<sup>2</sup></b>

### 3.10 Personal requerido para el proceso de producción

El personal requerido para producción crecerá según incremente la producción de RECHARGED, alineado a los objetivos de mercadeo y de producción, el personal requerido solamente en el área de producción será el siguiente:

- Cuatro operarios



- Un gerente de producción

### Costo total de producción

Productos	Costo	Costo Unitario	Costo Total de Ventas Año 1 / Producto	PRECIO
CARGADOR	Materia Prima	\$ 27.00	\$ 31.07	41
	Mano de Obra	\$ 4.07		

### 3.11 Mejora Continua Recharged

Se realizaran encuestas cada cuatro meses para conocer la opinión de nuestros clientes acerca de nuestro producto y los requerimientos o mejoras del mismo. Así como las formas en que se puede mejorar para poder ofrecer un producto de calidad que cumpla con las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

# Estudio

# Organizacional



---

## **4.1 Objetivos Organizacionales**

### **4.1.1 Corto Plazo**

- a. Reclutar el personal necesario que cumpla con los requerimientos para el cumplimiento de las funciones y objetivos que establece la empresa.
- b. Inculcar a los colaboradores de la empresa la misión, visión y valores de RECHARGED para una correcta consecución de las metas y objetivos de la organización.

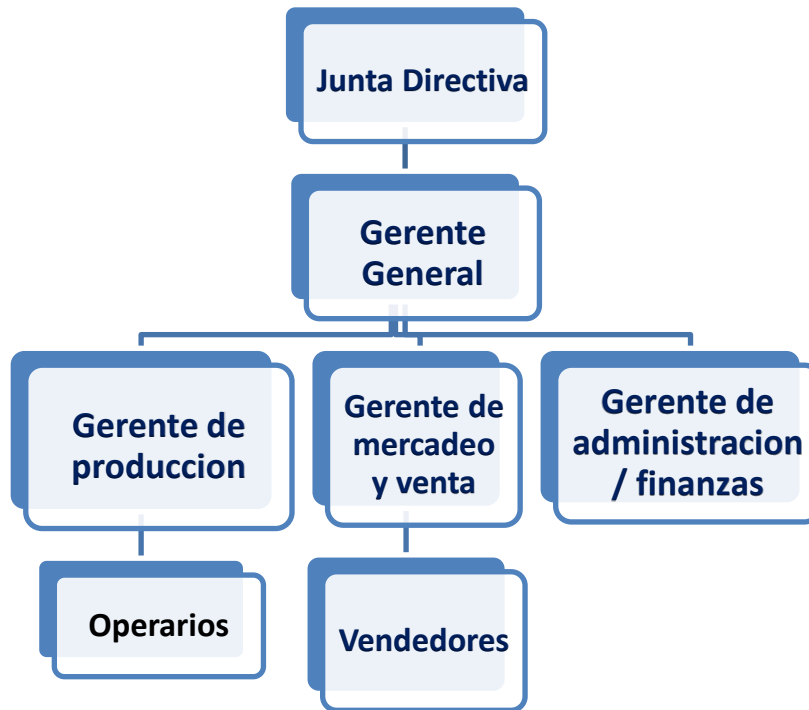
### **4.1.2 Mediano Plazo**

- a. Capacitar a nuestros colaboradores sobre normas internacionales con el fin de cumplir estándares de calidad cada vez más altos.
- b. Incentivar a los trabajadores de RECHARGED a la realización de un proceso eficiente y eficaz orientado al aumento de la productividad.

### **4.1.3 Largo Plazo**

- a. Crear un programa de beneficios/incentivos a los empleados para evitar la fuga del capital humano capacitado.

## 4.2 Organigrama de la Empresa



## 4.3 Descriptor de Puestos

A continuación se presenta el perfil de cada uno de los puestos mencionados en el organigrama de la empresa.

### 1. Junta Directiva

- Constituida por los socios que aporten el capital necesario para que la empresa inicie operaciones. Estos socios serán los que constituyan la empresa por lo cual son los que se suscriben en la constitución legal presentada en este documentos. La junta directiva convocara reuniones de forma periódica con el gerente general, quien les informara sobre la situación, el rendimiento y los flujos de efectivo de la compañía.

### 2. Gerente General

- Para este puesto se requiere de una persona orientada a resultados, capacidad de liderazgo para motivar a todo el equipo de la compañía al cumplimiento de las metas.

- Adicional a los conocimientos técnicos y competencias señaladas anteriormente, se requiere como mínimo 5 años de experiencia profesional en empresas industriales.

**3. Gerente Administrativo/Financiero:** El gerente financiero de RECHARGED debe ser una persona:

- I. Capaz de dirigir las actividades de gestión de tesorería, según la política económica-financiera establecida y las necesidades de la compañía.
- II. Con amplio conocimiento y dominio de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) para la preparación de estados financieros para el uso de la junta directiva y que serán solicitados por las entidades financieras bajo este marco contable.
- III. Como principal competencia deber ser la correcta gestión del presupuesto establecido para identificar y evaluar cualquier desviación.
- IV. Capaz de planear, organizar, dirigir y controlar actividades financieras, contables, fiscales y legales.
- V. Conocimiento de manejo de personal.
  - Habilidades de comunicación asertiva y relaciones públicas para un buen manejo del personal y establecimiento de relaciones de negocios con los clientes metas.
- VI. Con experiencia de 5 años como contador general.

**4. Gerente de Producción**

- El aspirante al puesto de Gerente de Producción debe ser una persona comprometida con el cumplimiento de la calidad establecida por estándares internacionales. También debe tener la capacidad de evaluar y corregir los procesos de producción de la empresa para un manejo eficaz y eficiente de los recursos. Como competencia debe ser capaz de influenciar a su equipo con el fin de convencer la aplicación de mejora continua en la producción. Por otro lado debe poseer conocimientos tecnológicos amplios para reportar los costos incurridos al departamento de finanzas y a la gerencia general.

Experiencia requerida de 3 años de trabajo en procesos de producción.

#### 5. Gerente de Mercadeo y Ventas

- Este es un puesto muy exigente ya que por el tamaño de la empresa y su estructura de gastos se le asignan a una sola persona las responsabilidades del mercadeo de la empresa y las estrategias de ventas. Los requisitos fundamentales para este puesto son:
  - I. Alto nivel de creatividad para la implementación de estrategias publicitarias.
  - II. Orientado a resultados para el cumplimiento de metas de ventas establecidas.
  - III. Capacidad de influir en la sociedad para establecer el producto en la mente de los futuros compradores
  - IV. Experiencia mínima requerida de 3 años en puestos relacionados.

#### 6. Vendedores

- Esta persona será el primer contacto entre los clientes externos y la empresa, por lo tanto debe ser alguien que posea las siguientes actitudes y habilidades:
  - I. **Determinación:** Esta es una cualidad muy importante puesto que está relacionada con la audacia y el valor que es preciso tener para lograr los objetivos propuestos, además de mantenerse firme para cumplir con los compromisos contraídos con la empresa, los clientes y con uno mismo.
  - II. **Entusiasmo:** Implica manifestar fervor o pasión en las actividades que se realizan, por ejemplo, en las presentaciones de venta que se efectúan ante los clientes, en los servicios que se les brinda para lograr su satisfacción o en todo aquello que se hace para mejorar la imagen de la empresa.
  - III. **Paciencia:** Capacidad de mantener la calma o demostrar tolerancia aún en las situaciones más difíciles y complicadas, por ejemplo, cuando algún cliente presenta su reclamo de forma airada.



---

Por otro lado, las habilidades que el vendedor de RECHARGED debe presentar deben ser:

- **Capacidad de escucha:** Atender lo que dicen los clientes además de comprender lo que en realidad quieren expresar o manifestar.
- **Autodisciplina:** Capacidad de realizar algo sin necesidad de ser controlado o supervisado por otras personas.

Se requiere por lo menos 2 años en experiencia de ventas en productos de manufacturación.

### **7. Operarios**

- Los aspirantes a este puesto deben ser personas con gran aspiración de crecer dentro de la empresa. Por lo cual es necesario que sean capaces de seguir las indicaciones de su superior en el proceso productivo de la compañía. No es necesario experiencia en este puesto o en actividades relacionadas.

Las funciones básicas así como los niveles jerárquicos y estudios requeridos para cada uno de los puestos se presentan a continuación:

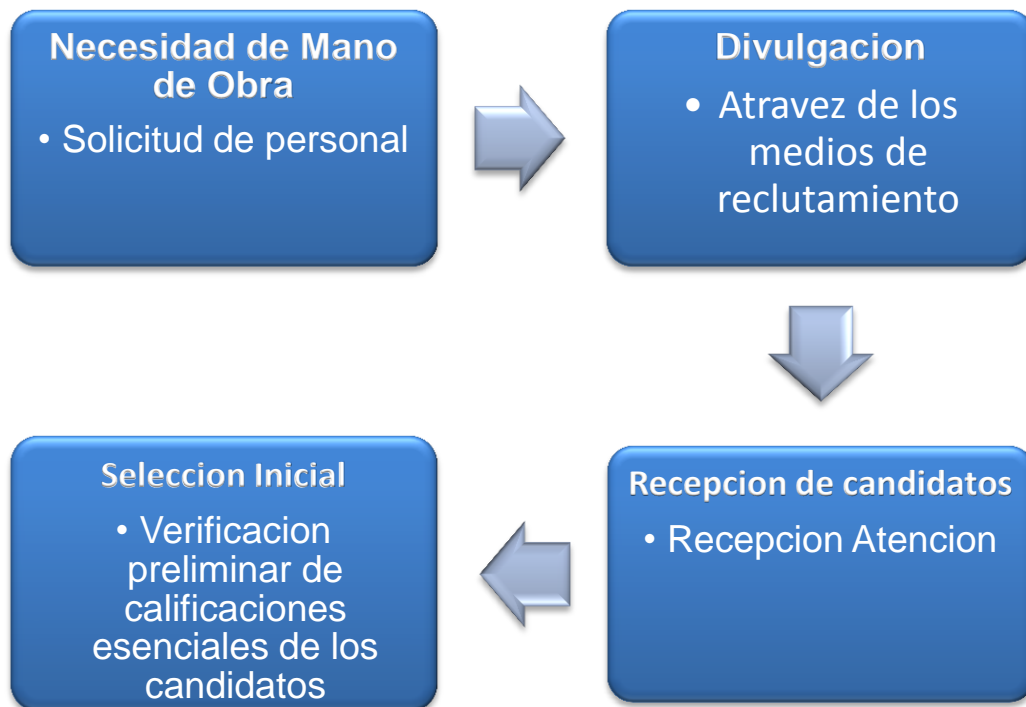


Puesto	Nivel Académico	Funciones Básicas	Depende	Subordinados
<b>Gerente General</b>	Lic. En ciencias económicas o Ing. Industrial con especialidad en formulación de proyectos	<ol style="list-style-type: none"> <li>Supervisión y evaluación continua del rendimiento de la empresa con el fin de controlar el cumplimiento de los objetivos.</li> <li>Mantener una comunicación directa con cada uno de los departamentos de la empresa para fomentar el trabajo en equipo.</li> <li>Analizar e identificar posibles mejoras ante situaciones adversas que puedan presentarse ante la empresa.</li> <li>Informar a la junta directiva de los cambios en el patrimonio generados por las finanzas de la empresa.</li> </ol>	Junta Directiva	Gerente de cada área de la compañía.
Gerente Administrativo/Financiero	Lic. Contabilidad con especialidad en finanzas corporativas	<ol style="list-style-type: none"> <li>Elaborar Estados financieros bajo normas internacionales los cuales permitan conocer al gerente general y a la junta directiva la situación financiera, el rendimiento y los flujos de efectivos de la empresa para la correcta toma de decisiones.</li> <li>Controlar y evaluar desviaciones que existan con relación al presupuesto de la empresa.</li> <li>Formulación de cálculos con relación al pago de la nómina de la empresa</li> <li>Realizar el proceso de previsión de tesorería a través de las conciliaciones bancarias.</li> <li>Manejar de forma eficiente a todo el personal de la empresa.</li> </ol>	Gerente General	Auxiliar Contable
Gerente de Producción	Ing. Industrial con énfasis en producción y calidad.	<ol style="list-style-type: none"> <li>Dirección y evaluación del personal encargado directamente de la producción de los cargadores.</li> <li>Supervisión de la calidad de los productos.</li> <li>Planificación de los procesos de producción de forma que sean más eficaz y eficientes.</li> <li>Administración de los costos de producción.</li> <li>Encargarse de la seguridad ocupacional del equipo asignado en la fabricación del producto.</li> </ol>	Gerente General	Operarios
Gerente de Mercadeo y Ventas	Lic. en Administración de Empresas o Lic. En Mercadeo y publicidad con énfasis en Ventas y	<ol style="list-style-type: none"> <li>Velar por el cumplimiento de los objetivos organizacionales de la empresa y de mercadeo.</li> <li>Establecer metas de ventas de los productos fabricados.</li> <li>Creación de publicidad de la empresa.</li> </ol>	Gerente General	N/A

	establecimiento de nuevos productos.	4. Manejo de relaciones con clientes internos y externos.		
Vendedor	Lic. En administración de empresas o mercadeo.	1. Comunicar adecuadamente a los clientes la información que la empresa preparó para ellos acerca del producto que comercializa. 2. Retroalimentar a la empresa informando a los canales adecuados todo lo que sucede en el mercado como inquietudes de los clientes (requerimientos, quejas, reclamos, agradecimientos, sugerencias, y otros de relevancia).	Gerente de mercado y ventas	N/A
Operador	Técnicos medios o bachilleres	1. Cumplir con los procesos establecidos para la fabricación del producto de la empresa. 2. Realizar un trabajo de calidad cumpliendo con los estándares. 3. Cuido de los herramientas asignadas en el proceso productivo	Gerente de producción	N/A

## 4.4 Reclutamiento

El proceso de reclutamiento y selección del personal se rige por una serie de pasos que se presentan en el siguiente diagrama:



#### 4.4.1 Divulgación de solicitud

La principal fuente de divulgación para los puestos de trabajos será a través de las páginas amarillas de los diarios de Nicaragua y sitios web como [www.tecoloco.com](http://www.tecoloco.com) y [www.linkedin.com](http://www.linkedin.com). La siguiente imagen muestra el modelo de anuncio de solicitud de operarios en las páginas amarillas:

# SE SOLICITAN

**OPERARIOS PARA EMPRESA FABRICANTE DE  
CARGADORES PORTATILES PARA LAPTOP. NO HACE  
FALTA EXPERIENCIA**

**REQUISITOS:**

- ✓ **MAYOR DE 25 AÑOS**
- ✓ **RESIDENTE DE MANAGUA**
- ✓ **PREFERIBLEMTE PERSONAS QUE CONOCEN DE  
ELECTRONICA**

**INTERESADOS ENVIAR CURRICULUM A:**

**RECHARGEDSA\_NICARAGUA@GMAIL.COM**



#### **4.4.2 Selección y llenado “Formato de Perfil” de contratación de puesto de trabajo**

Luego de haber recibido los documentos de los aspirantes a los puestos de trabajo solicitados, se realizará el proceso de selección a través de una entrevista realizada por el gerente de mercadeo y administración el cual proporcionará previamente a los aspirantes el formato de perfil de contratación el cual se presenta a continuación.

#### **FORMATO DE PERFIL DE CONTRATACIÓN DE PUESTO DE TRABAJO**

##### **RECHARGED S.A**

Perfil de puesto de: \_\_\_\_\_

#### **REQUERIMIENTOS DE COBERTURA DEL PUESTO DE TRABAJO**

<b>Título del puesto</b>	
<b>Unidad de trabajo</b>	
<b>Fecha de Inscripción</b>	
<b>Nombre del analista</b>	
<b>Motivo del análisis</b>	
<b>Informador</b>	

<b>a) Requerimientos objetivos del puesto de trabajo</b>	
<b>Edad</b>	
<b>Nacionalidad</b>	
<b>Sexo</b>	
<b>Procedencia Geográfica</b>	
<b>Estado civil</b>	

<b>b) Aspectos organizativos</b>			
<b>Horario (días)</b>		<b>Horario (horas)</b>	
De	Hasta	De	Hasta
<b>Permiso de conducir</b>			
<b>Vehículo propio</b>			
<b>Retribución</b>			

<b>c) Formación</b>			
<b>Formación Básica</b>		<b>Formación Técnica</b>	
<b>Año Inicio</b>	<b>Año Fin</b>	<b>Año Inicio</b>	<b>Año Fin</b>
<b>Idiomas</b>			
<b>Idiomas que maneja</b>			
<b>NIVEL</b>		<b>Pleno dominio escrito y en conversación</b>	
		<b>Dominio alto</b>	
		<b>Manejo medio</b>	
		<b>Manejo elemental</b>	

<b>d) Experiencia</b>	
<b>Experiencia Requerida</b>	
<b>Titulaciones Requeridas</b>	
<b>Conocimientos Necesarios</b>	

<b>e) Responsabilidades Relacionadas al Puesto</b>			
<b>N° de personas subordinadas</b>			
<b>Directas</b>		<b>Indirectas</b>	
<b>Bienes a su cargo</b>			

<b>f) Requerimientos del entorno social</b>	
<b>Relaciones Internas</b>	
<b>Relaciones externas</b>	
<b>Jefe Directo</b>	
<b>Proveedores</b>	
<b>Clientes más frecuentes</b>	

<b>g) Contenido del Puesto de Trabajo</b>										
<b>Objetivo del Puesto:</b>										
<b>Competencia</b>	<b>Grados</b>									
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>D 3</b>	<b>4</b>	<b>C 5</b>	<b>6</b>	<b>B 7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>A 10</b>

### **h) Competencias Conductuales**

<b>N°</b>	<b>Descripción de competencia</b>	<b>Nivel de Requerimiento</b>
<b>1</b>	Liderazgo	Alto
<b>2</b>	Confianza en si mismo	Alto
<b>3</b>	Capacidad para trabajar en equipo	Alto
<b>4</b>	Capacidad para trabajar bajo presión	Alto
<b>5</b>	Responsabilidad	Alto
<b>6</b>	Atención al detalle	Alto
<b>7</b>	Minuciosidad	Alto

### **i) Perfil Motivacional Requerido por el Puesto**

<b>Elementos del perfil motivacional</b>	<b>Nivel de requerimiento</b>
Necesidad de logro	Alto
Necesidad de afiliación	Alto
Necesidad de influencia	Alto
Grado de trabajo en equipo	Alto
Grado de compromiso profesional	Alto



### 4.4.3 Entrevista inicial

El gerente administrativo procederá a realizar una serie de preguntas al aspirante de forma que se pueda indagar sobre las competencias y conocimientos técnicos de los mismos. A continuación presentamos una serie de preguntas las cuales son base para una entrevista.

#### ENTREVISTA LABORAL

Buenas tardes señor/a o joven, de parte del equipo de **RECHARGED**, le agradezco su interés por ser parte de nuestro equipo. Ahora comenzaremos la entrevista y le agradecería su completa honestidad, por favor siéntase con confianza.

- 1) Antes de ver el anuncio de búsqueda de empleo, ¿tenía conocimientos sobre **RECHARGED**?
- 2) ¿Por qué desea ser parte de nuestro equipo?
- 3) ¿Cuál es su nivel de estudios?
- 4) ¿Cuáles son sus puntos fuertes y débiles?
- 5) ¿Cuáles son sus metas laborales a corto y mediano plazo?
- 6) ¿Es una persona capaz de trabajar bajo presión?
- 7) *En caso que la persona posea experiencia laboral, ¿Cómo fue la experiencia en su último trabajo? ¿Por qué decido cambiar de empleo? En caso que el aspirante no tenga experiencia laboral, la pregunta sería: ¿Cómo compensaría la falta de experiencia?*
- 8) ¿Cómo se definiría en una sola palabra?
- 9) ¿Qué le motiva a la hora de hacer su trabajo?
- 10) ¿Cuál es su expectativa salarial?
- 11) ¿Cómo le gusta trabajar más, sólo o en equipo?
- 12) Si tiene que tomar una decisión, ¿es impulsivo o reflexivo?
- 13) ¿Tiene alguna pregunta?

#### **4.4.4 Aplicación de pruebas y entrevista final**

Finalizada la entrevista, se realizarán pruebas DISC (Dominancia (D), Influencia (I), Estabilidad (S), Conciencia (C)) y conocimientos técnicos a los aspirantes a los puestos de trabajo. Posteriormente se procederá a la selección de una terna de aspirantes los cuales pasarán a una entrevista con el gerente directo del cargo al que están aplicando. El gerente directo y el gerente de administración seleccionarán a las personas más aptas para los puestos de trabajo y se procederá con su inducción.

#### **4.5 Contrato laboral**

Los contratos laborales de RECHARGED, se celebrarán entre el aspirante seleccionado a través de los filtros establecidos previamente en el proceso de reclutamiento y el empleador, quien en representación de la empresa será el Gerente General. Estos contratos se elaborarán de conformidad a lo establecido en el artículo 20 del código del Trabajo en el cual se establecen los requisitos mínimos que este documento debe contener. Estos requisitos son:

- ✓ El lugar y la fecha de su celebración.
- ✓ La identificación y domicilio de las partes y en su caso, el nombre y apellido del representante legal de la entidad empleadora.
- ✓ Descripción del trabajo y lugar o lugares donde deba realizarse.
- ✓ La duración diaria y semanal de la jornada y si ésta es diurna, mixta o nocturna.
- ✓ Indicación de si el contrato es por tiempo determinado o de duración indefinida.
- ✓ La cuantía de la remuneración, su forma, períodos y lugar de pago, y si se conviene por unidad de tiempo, por unidad de obra, por tarea o a destajo, por comisión o por participación en los cobros de ventas o en las utilidades y cualquier otro complemento salarial, así como la forma de cálculo en la remuneración.
- ✓ Las firmas de los otorgantes o su representante legal, o impresión digital o firma a ruego de los que no sepan o no puedan firmar, en presencia de dos testigos.

---

### 4.5.1 Modelo contrato de trabajo a utilizar

*En representación de la empresa RECHARGED S.A, yo \_\_\_\_\_ Gerente General, mayor de edad, de estado civil \_\_\_\_\_ y de domicilio de Managua, con número de cedula \_\_\_\_\_ seré denominado **EMPLEADOR**, y yo \_\_\_\_\_, mayor de edad, con numero de cedula \_\_\_\_\_, con domicilio en \_\_\_\_\_ será denominado trabajador, hemos convenido en celebrar el siguiente contrato de trabajo.*

#### **CLAUSULAS**

**PRIMERA:** *El presente contrato lo celebran las partes por un tiempo determinado de \_\_\_\_\_ en conformidad con lo establecido en la ley.*

**SEGUNDA:** *El trabajador desempeñará el cargo de \_\_\_\_\_, de lunes a viernes dentro de un horario de 8am a 5pm respetando las 48 horas semanales que establece el Código del Trabajo, en las oficinas de RECHARGED S.A. Dentro de sus funciones se encuentran:*

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**TERCERA:** *La remuneración monetaria del trabajador será de \_\_\_\_\$ \_\_\_\_\_ entregados quincenalmente de forma fija a través de cheques en las oficinas del empleador.*

**CUARTA:** *El trabajador se ve obligado a acatar todas y cada una de las órdenes del empleador respecto a capacitaciones, planes y programas que posea la entidad.*

**QUINTA:** *Este contrato puede ser suspendido de forma inmediata por el empleador debido a faltas al reglamento establecido por la empresa o indisciplina en el área de trabajo. De igual forma se suspende inmediatamente por el trabajador en caso de renuncia.*

**SEXTA:** *Para todas las cuestiones a que eventualmente pueda dar origen este contrato, las partes fijan domicilio en la ciudad de Managua.*



---

**SEPTIMA:** *Se deja constancia que el Empleado ingresó al servicio de la Empresa con fecha.....de.....de 20.....*

*El presente contrato se firma en dos ejemplares, quedando en este mismo acto uno en poder de cada contratante.*

---

***Trabajador***

---

***Nombre del Gerente General***

***Gerente General RECHARGED S.A***

## 4.6 Tabla de salarios

A continuación se presentan los salarios que devengaran mensualmente cada uno de los puestos establecidos para la empresa RECHARGED.

RECHARGED S.A						
PLANILLA EN DOLARES						
N°	Cargo	Cantidad	Salario Mensual	Carga Social Mensual**	Total Mensual	Total Anual
1	G. General	1	US\$ 650	US\$ 265.69	US\$ 945.69	US\$ 11,348.22
2	G. Financiero/ Administrativo	1	US\$ 600	US\$ 272.94	US\$ 872.94	US\$ 10,475.28
3	G. Mercadeo y Ventas	1	US\$ 500	US\$ 227.45	US\$ 727.45	US\$ 8,729.40
4	G. Producción	1	US\$ 450	US\$ 204.71	US\$ 654.71	US\$ 7,856.46
5	Operario*	4	US\$ 600	US\$ 272.94	US\$ 872.94	US\$ 10,475.28
6	Vendedor	1	US\$ 200	US\$ 90.98	US\$ 290.98	US\$ 3,491.76
	<b>TOTAL PLANILLA</b>	9	US\$ 3,000	US\$1,364.70	US\$4,374.70	US\$ 52,376.40

\*NOTA: El salario por cada operario asciende a 150 dólares.

\*\*NOTA: La carga social corresponde al 45.5% del salario de los empleados el cual está conformado de la siguiente manera: 2% Inatec; 18.5% INSS Patronal; 25% Prestaciones sociales (Vacaciones, Indemnización y Aguinaldo)

## 4.7 Mobiliario y equipo de oficina

El mobiliario y equipo de oficina dentro de las instalaciones de RECHARGED será:

- **Seis sillas**  
Precio: US\$ 85 c/u
- **Tres escritorios**  
Precio: US\$ 110 c/u  
Lugar de cotización: La Curacao
- **Seis computadoras portátiles**  
Modelo: Dell D630  
Precio: US\$ 350 c/u  
Lugar de cotización: Best Computer – Nicaragua
- **Una camioneta**  
Modelo: MAHINDRA 2012 DIESEL 4X4  
Precio: US\$ 15,00  
Lugar de cotización: Auto Lote El Chele

## 4.8 Marco Legal de la empresa

La constitución legal de la empresa se realizará mediante escritura pública ante notario público, con todas las formalidades que la legislación de la materia requiera para estos casos, incluyendo su inscripción en el Registro Público de la Propiedad Inmueble y Mercantil.

La razón social de la empresa se denomina como RECHARGED S.A, la cual tiene su domicilio en la ciudad de Managua.

La empresa se constituirá como una Sociedad Anónima, como una figura de constitución más ajustable a los intereses económicos y empresariales de los socios y accionistas.

De conformidad al artículo 201 del Código de Comercio de Nicaragua, las Sociedades Anónimas son una persona jurídica formada por la reunión de un fondo común, suministrado por accionistas responsables sólo hasta el monto de sus respectivas acciones, es decir, que los accionistas no responden con el

patrimonio personal ante deudas que la sociedad adquiriera, sino que es con el valor del capital aportado, así mismo, los accionistas pueden percibir un dividendos.

Lo que respecta a la administración de la compañía, se realizara conforme al artículo 243 y 244 del Código de Comercio de Nicaragua el cual nos indica que:

*Arto. 243.- La Administración de las sociedades anónimas estará confiada a una Junta Directiva, nombrada por la Junta General o conforme lo disponga la escritura social. Reforma establecida por del Dec. Nº 162 del 30 de Julio de 1941*

*Arto. 244.- La elección de los directores se efectuará de entre los mismos socios, por tiempo fijo y determinado, que no exceda de diez años, sin perjuicio de revocación del mandato, siempre que este acuerdo se tome en Junta General.*

Los pasos legales para constituir una Sociedad Anónima en Nicaragua deben ser los siguientes:

- 1) Realizar la Constitución de Sociedad Anónima mediante escritura pública.
- 2) Solicitar el registro de la sociedad ante el Registro Público de la Propiedad Inmueble y Mercantil.
- 3) Registrar la Sociedad Anónima ante la Dirección General de Ingresos para obtener un numero RUC (Registro Único de Contribuyente).
- 4) Otorgar un poder legal de Administración para el representante legal, el que deberá inscribirse ante el Registro Público de la Propiedad Inmueble y Mercantil.
- 5) Realizar registro de la empresa en la Alcaldía de la circunscripción de la empresa, presentando copia de escritura de constitución y libros contables.
- 6) Inscribirse en la Dirección General de Servicios Aduaneros (DGA), en el registro de importadores Directos, en caso que pueda importar bienes de consumo o capital.
- 7) Apertura de una cuenta en moneda nacional y extranjera en cualquiera de los Bancos Privados que operan en el país.
- 8) Si la inversión que se realice es mayor a los US\$30,000 (treinta mil dólares netos), se deberá inscribir la empresa en el Sistema de Registro Estadístico de Inversiones Extranjeras de la Republica de Nicaragua, según la le No 344 Promoción de Inversiones Extranjeras y su reglamento. Se debe llenar

un formulario el cual se obtiene en la Dirección de Políticas de Fomento de Inversiones y Exportaciones MIFIC.

Según el artículo 124 del Código de Comercio de Nicaragua los requisitos que debe contener la escritura de constitución legal de una sociedad anónima son:

1.- El nombre, apellido y domicilio de los otorgantes; 2.- La denominación y el domicilio de la sociedad; 3.- El objeto de la empresa y las operaciones a que destina su capital; 4.- El modo o forma en que deban elegirse las personas que habrán de ejercer la administración o sea el consejo o junta directiva de gobierno; cuál de ellas representará a la sociedad judicial o extrajudicialmente; el tiempo que deben durar en sus funciones, y la manera de proveer las vacantes; 5.- El modo o forma de elegir el Vigilante o los Vigilantes; El texto de este inciso es la reforma establecida por Dec. N° 162, publicado en "La Gaceta # 185 de Agosto de 1941. 6.- Los plazos y forma de convocación y celebración de las juntas generales ordinarias, y los casos y el modo de convocar y celebrar las extraordinarias; 7.- El capital social, con expresión del valor que se haya dado a los bienes aportados que no consisten en dinero, o del modo y forma en que deba hacerse el avalúo; (Arto. 3229 C.) 8.- El número, calidad y valor de las acciones, expresando si son nominativas o al portador o de ambas clases; si las acciones nominativas pueden ser convertidas en acciones al portador y viceversa. 9.- El plazo y modo en que deba enterarse el capital suscrito; 10.- Las ventajas o derechos particulares que se reserven los fundadores; (Arto. 225 C. C.) 11.- Las reglas para la formación de los balances, el cálculo y la repartición de los beneficios; 12.- El importe del fondo de reserva; 13.- El tiempo en que la sociedad debe comenzar y concluir. Su duración no puede ser indefinida, ni pasar de noventa y nueve años; 14.- La sumisión al voto de la mayoría de la Junta, debidamente convocada y constituida así en Juntas ordinarias como en las extraordinarias, y el modo de formar dicha mayoría para que sus resoluciones sean obligatorias. (Artos. 260, 262, 254 C.C.) 15.- La persona o personas que tengan la representación provisional de la compañía mientras se procede al nombramiento de la Junta Directiva por la Junta General de Accionistas. (Arto. 307C.C.; B.J. 16461,19698.





---

## **4.8.1 Constitución Legal RECHARGED S.A**

### **TESTIMONIO**

**ESCRITURA NÚMERO \_\_\_\_\_**

### **CONSTITUCIÓN Y ESTATUTOS DE SOCIEDAD ANÓNIMA**

En la ciudad de Managua a las tres de la tarde del día Cinco de Diciembre del año Dos Mil Dieciséis. Ante Mí KEYNER PAUL ESCOTO ARCIA Abogado y Notario Público de la República de Nicaragua, de este domicilio y residencia, con número de cédula nicaragüense 001-210582-0008L, debidamente autorizado por la Excelentísima Corte Suprema de Justicia para ejercer el Notariado durante un quinquenio que finalizará el ocho de Octubre del año dos mil diecinueve, comparecen los señores: CARLOS JOSE CASTRILLO TABOADA, mayor de edad, soltero, estudiante universitario, de este domicilio y quien se identifica por medio de cédula nicaragüense No. 001-130495-0030N; DOMINIC HANSPETER SANTOS, mayor de edad, soltero, estudiante universitario, de este domicilio y quien se identifica por medio de cédula nicaragüense No. 001-060990-0045Y; RONALD ALFONSO BOZA CORDOBA, mayor de edad, soltero, estudiante universitario, de este domicilio y quien se identifica a través de cédula nicaragüense No. 041- 310894-0000W; RIGOBERTO ERMOGENEZ LOPEZ CORTEZ, mayor de edad, soltero, estudiante universitario, de este domicilio y quien se identifica por medio de cédula nicaragüense No. 566-180481-0002V; ADAN ALEXANDER CARDENAS SANCHEZ, mayor de edad, soltero, estudiante universitario, de este domicilio y quien se identifica por medio de cedula nicaragüense No. 401-230794-0004N. Doy fe de conocer personalmente a los comparecientes, y de que estos tienen a mi juicio la capacidad legal necesaria para obligarse y contratar, especialmente para el otorgamiento de este acto o contrato en el que proceden en sus propios nombres y que dicen: CLAUSULA PRIMERA: (CONSTITUCIÓN, DENOMINACIÓN Y DOMICILIO). \*La sociedad se denominará RECHARGED SOCIEDAD ANÓNIMA pudiendo abreviarse como RECHARGED S.A conocida comercialmente como RECHARGED. \*Dicha empresa tendrá su domicilio social en la ciudad de Managua, pudiendo establecer sucursales en cualquier parte del país y aún fuera de la República. CLAUSULA SEGUNDA: La sociedad se dedicará a operaciones comerciales de fabricación y venta de cargadores portátiles para laptop a base de productos electrónicos reutilizados. De igual manera la sociedad podrá comercializar, importar, cualquier tipo de producto, todo de acuerdo a las normas legales vigentes. B)- Suscribir y

ser parte de cualquier tipo de contrato, convenio u obligación con cualquier persona, compañía o entidad, ya sea pública o privada. C)-Hacer cualquier negocio lícito aunque no sea semejante al objeto relacionado en la presente escritura de constitución o en sus reformas, pudiendo la sociedad en cumplimiento de su objeto social, adquirir toda clase de bienes muebles e inmuebles, emitir, endosar y realizar todo tipo de transacciones bancarias. Abrir y manejar cuentas corrientes en moneda nacional o extranjera en cualquier entidad financiera o no financiera, nacional o extranjera, dentro o fuera del país. CLAUSULA TERCERA: Cada uno de los socios aporta a la sociedad la cantidad de Cinco Mil Ciento Cuarenta Y Cinco Con Sesenta Centavos Dólares en efectivo lo que da un total de VEINTE Y CINCO MIL CIENTO CUARENTA Y CINCO CON SESENTA CENTAVOS DÓLARES lo que constituye el capital social, el que podrá incrementar a medida que la empresa crezca. CLAUSULA CUARTA: La Sociedad durará veinte años a contar del día de su inscripción en el Registro Público Mercantil de esta ciudad de Managua, fecha en que se abrirán las operaciones sociales. Este plazo se entenderá prorrogado sucesivamente por otros iguales, por el simple hecho de que cualquiera de los socios, no manifestaren lo contrario, por escrito notificado al administrador de la Sociedad, seis meses por lo menos antes de la expiración de cualquiera de los plazos. CLAUSULA QUINTA: Las ganancias líquidas y las pérdidas del negocio se dividirán por partes iguales entre los socios, para lo cual se hará liquidación e inventario cada año. CLAUSULA SEXTA: Se designará Administrador de la Sociedad al Socio KEVIN ADAN CASTRO VANEGAS, quien además de sus ganancias que pudiera percibir, tendrá el cinco por ciento sobre las ganancias líquidas del negocio por su trabajo personal. CLAUSULA SÉPTIMA: En el caso de muerte de algunos de los socios la sociedad continuará en funciones con sus herederos. CLAUSULA OCTAVA: Se prohíbe a los socios: Usar la firma social para fines personales o particulares, extraer del capital social cantidades de dinero para negocios individuales, ceder a cualquier título su interés en la sociedad o hacerse sustituir en el desempeño de las funciones que le corresponden en la administración y manejo social, salvo con la aprobación de los otros consorcios, efectuar negocios u operaciones similares o análogos al giro de la sociedad que pudiesen causar perjuicio al interés social, que tengan el mismo objeto de esta sociedad y en lo no previsto se aplicarán las disposiciones de los artículos ciento sesenta y nueve, ciento setenta y ciento setenta y uno del Código de Comercio Vigente. CLAUSULA NOVENA: Toda desavenencia que ocurra entre los socios será dirimida por medio de un arbitrador o amigable componedor, nombrado de común acuerdo por ellos o por la mayoría en su caso, en escritura y el laudo respectivo será acatado en un todo, pues renuncian expresamente a cualquier recurso inclusive el de casación. Notario íntegramente esta escritura a los comparecientes quienes la encuentran conforme, la



---

aprueban, ratifican sin hacerle modificación alguna y firman por ante mí el Notario que doy fe de todo lo relacionado.- C. CASTRILLO. T. (f) - D. HANSPETER S. (f) - R. BOZA. C. (f) - R. LOPEZ. C. (f) A. CARDENAS. S (f) Notario.-----

PASO ANTE MÍ: Del Frente del Folio número once al Reverso del mismo folio de mi Protocolo número CATORCE, que llevo en el presente año y a solicitud de los Señores CARLOS JOSE CASTRILLO TABOADA, DOMINIC HANSPETER SANTOS, RONALD ALFONSO BOZA CORDOBA, RIGOBERTO ERMOGENES LOPEZ CORTEZ, Y ADAN ALEXANDER CARDENAS SANCHEZ, libro (LEÍDO) este primer testimonio compuesto de un folio útil de papel de ley, el cual firmo, rubrico y sello en esta ciudad de Managua a las cinco de la tarde del siete de Abril del año Dos Mil Dieciséis.-

# Estudio

# Financiero

## **5.1 Objetivos de finanzas**

### **Corto plazo**

- Definir la inversión que se realizara para iniciar el proyecto
- Proyectar las finanzas del proyecto para un periodo de 5 años basado en los estudios de mercado y de producción

### **Mediano plazo**

- Analizar la situación financiera y rendimiento de la empresa al termino del año 3 para nuevas decisiones

### **Largo plazo**

- Estudiar el impacto financiero que causara una certificación internacional ISO en los resultados del proyecto

## **5.2 Inversión Inicial**

Las operaciones de RECHARGED iniciarán con la inversión en los activos fijos, estos incluyen maquinaria de producción, mobiliario y equipo de oficina, equipo de transporte y un monto inicial de US\$10,720.00 el cual será utilizado como capital de trabajo inicial.

El capital requerido para esta inversión será financiado en un 80% por los socios, los cuales solicitan un rendimiento de 20% sobre la inversión, el monto total a invertir por parte de los socios es de US\$ 25,728.00. El 20% restante será obtenido a través de un préstamo bancario, el cual corresponde a un monto de US\$ 6,432.00. Este será amortizado a 5 años con una tasas de interés que asciende al 13% por lo cual, se generará una anualidad de US\$ 1,828.71 hasta cancelar el préstamo en el periodo indicado.

A continuación se presenta el resumen de la inversión y su financiamiento

INVERSION INICIAL		
Concepto	Monto	
Mobiliario y Equipo de Computo	2,940.00	
Maquinaria y Equipo	3,500.00	
Equipo de Transporte	15,000.00	
INVERSION TOTAL	21,440.00	
Capital de Trabajo	10,720.00	
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>	<b>32,160.00</b>	
Aporte de socios 80%	25,728.00	80%
Prestamo bancario 20%	6,432.00	20%

## 5.3 Estados Financieros Proyectados

### 5.3.1 Estado de Situación Financiera




#### RECHARGED

#### Estado de Situación Financiera Proyectado periodo 2016-2020

#### Expresado en Dólares Americanos

	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Activos corrientes</b>					
Efectivo	1,631.29	10,442.88	19,647.07	19,289.44	15,617.31
Cuentas por Cobrar	35,055.00	40,208.70	44,150.85	52,933.05	52,933.05
Inventarios	9,322.12	11,225.73	13,689.95	16,820.58	19,951.20
Cuentas por cobrar socios	-	-	-	10,000.00	20,000.00
	46,008.41	61,877.30	77,487.87	99,043.07	108,501.56
<b>Activos no Corrientes</b>					
Propiedad Planta y Equipo	21,440.00	21,440.00	21,440.00	21,440.00	21,440.00
Depreciacion Acumulada	(4,918.00)	(9,836.00)	(13,704.00)	(17,572.00)	(21,440.00)
	16,522.00	11,604.00	7,736.00	3,868.00	-
<b>Activos Totales</b>	62,530.41	73,481.30	85,223.87	102,911.07	108,501.56
<b>Pasivos y Patrimonio</b>					
<b>Pasivos Corrientes</b>					
Acreedores comerciales	32,398.74	35,637.48	39,200.21	47,039.75	47,038.49
Impuestos sobre la renta por pagar	-	1,525.25	2,165.51	2,908.41	1,910.36
Obligaciones a corto plazo por beneficios a los empleados	3,750.00	3,750.00	3,750.01	3,750.00	3,750.00
	36,148.74	40,912.73	45,115.73	53,698.16	52,698.85
<b>Pasivos No Corrientes</b>					
Prestamo largo plazo	5,439.45	4,317.87	3,050.48	1,618.33	-
Obligaciones a largo plazo por beneficios a los empleados	-	3,750.00	7,500.00	11,250.01	15,000.00
	5,439.45	8,067.86	10,550.47	12,868.33	15,000.00
<b>Pasivos Totales</b>	41,588.19	48,980.59	55,666.20	66,566.49	67,698.85
<b>Patrimonio</b>					
Capital social	25,728.00	25,728.00	25,728.00	25,728.00	25,728.00
Ganancias Acumuladas	(4,785.36)	(1,226.45)	3,826.40	10,612.69	15,070.20
	20,942.64	24,501.55	29,554.40	36,340.69	40,798.20
<b>Total pasivos y patrimonio</b>	62,530.82	73,482.14	85,220.61	102,907.18	108,497.06

### 5.3.2 Estado de Resultado Proyectado

					
RECHARGED					
Estado de Resultados Proyectado periodo 2016-2020					
Expresado en Dólares Americanos					
	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos de Actividades					
Ordinarias	233,700.00	268,058.00	294,339.00	352,887.00	352,887.00
Costos de ventas	(177,120.20)	(200,738.71)	(218,002.62)	(256,536.73)	(256,536.73)
Ganancia Bruta	56,579.80	67,319.29	76,336.38	96,350.27	96,350.27
Gastos operativos	(9,150.00)	(9,315.00)	(16,309.50)	(32,602.35)	(34,283.06)
Gastos administracion	(46,461.00)	(47,295.00)	(48,379.20)	(49,788.66)	(51,620.96)
Gastos Financieros	(836.16)	(707.13)	(561.32)	(396.56)	(210.38)
Depreciacion	(4,918.00)	(4,918.00)	(3,868.00)	(3,868.00)	(3,868.00)
Ganancia antes de Impuestos	(4,785.36)	5,084.16	7,218.36	9,694.70	6,367.87
Impuesto sobre la renta	-	(1,525.25)	(2,165.51)	(2,908.41)	(1,910.36)
Ganancia acumulada inicio del año	-	(4,785.36)	(1,226.45)	3,826.40	10,612.69
Ganancia del año	(4,785.36)	3,558.91	5,052.85	6,786.29	4,457.51
Ganancia acumulada al final del año	(4,785.36)	(1,226.45)	3,826.40	10,612.69	15,070.20

### 5.3.3 Detalle de Gastos (Expresados en dólares Americanos)

Gastos de Administracion	2016	2017	2018	2019	2020
Combustible	1,200.00	1,560.00	2,028.00	2,636.40	3,427.32
Salarios	28,200.00	28,200.00	28,200.00	28,200.00	28,200.00
Prestaciones Sociales(Aguinaldo-Indemni	4,700.00	4,700.00	4,700.00	4,700.00	4,700.00
Aporte Patronal	5,217.00	5,217.00	5,217.00	5,217.00	5,217.00
Aporte Inatec	564.00	564.00	564.00	564.00	564.00
Trabajos Subcontratados	1,580.00	2,054.00	2,670.20	3,471.26	4,512.64
Publicidad	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>46,461.00</b>	<b>47,295.00</b>	<b>48,379.20</b>	<b>49,788.66</b>	<b>51,620.96</b>
<b>TOTAL DESEMBOLSO</b>	<b>44,111.00</b>	<b>44,945.00</b>	<b>46,029.20</b>	<b>47,438.66</b>	<b>49,270.96</b>



GASTOS OPERATIVOS	2016	2017	2018	2019	2020
Constitucion de la empresa	600.00	-	-	-	-
Papeleria y Utiles de Oficina	1,150.00	1,495.00	1,943.50	2,526.55	3,284.52
Arrendamiento	6,000.00	6,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00
Servicios Basicos	1,400.00	1,820.00	2,366.00	3,075.80	3,998.54
Certificacion ISO	-	-	-	15,000.00	15,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>9,150.00</b>	<b>9,315.00</b>	<b>16,309.50</b>	<b>32,602.35</b>	<b>34,283.06</b>

Amortización de la inversión	
Valor total de la inversión	\$ 32,160.00
% a amortizar	20%
Cantidad financiado	\$ 6,432.00
Plazo	5
Interés	13.00%

Período	Anualidad	Interes	Pago principal	Valor insoluto
0				\$ (6,432.00)
1	\$ 1,828.71	\$ 836.16	\$ 992.55	\$ (5,439.45)
2	\$ 1,828.71	\$ 707.13	\$ 1,121.58	\$ (4,317.87)
3	\$ 1,828.71	\$ 561.32	\$ 1,267.39	\$ (3,050.48)
4	\$ 1,828.71	\$ 396.56	\$ 1,432.15	\$ (1,618.33)
5	\$ 1,828.71	\$ 210.38	\$ 1,618.33	\$ (0.00)

### 5.3.4 Flujo de Efectivo

<b>Flujo de Efectivo Proyectado periodo 2016-2020</b>						
<b>Expresado en Dólares Americanos</b>						
	2015(año 0)	2016	2017	2018	2019	2020
Inversion Inicial	(25,728.00)					
<b>Efectivo En caja Inicio</b>		<b>10,720.00</b>	<b>1,631.29</b>	<b>10,442.88</b>	<b>19,647.07</b>	<b>19,289.44</b>
Ingresos Efectivo		198,645.00	227,849.30	250,188.15	299,953.95	299,953.95
Ingresos Credito		35,055.00	40,208.70	44,150.85	52,933.05	52,933.05
Recuperacion de Cartera			35,055.00	40,208.70	44,150.85	52,933.05
<b>TOTAL DE INGRESO DE EFECTIVO</b>		<b>198,645.00</b>	<b>262,904.30</b>	<b>290,396.85</b>	<b>344,104.80</b>	<b>352,887.00</b>
Materia Prima Efectivo		(129,600.00)	(142,560.00)	(156,816.00)	(188,179.20)	(188,179.20)
Materia Prima Credito		(32,400.00)	(35,640.00)	(39,204.00)	(47,044.80)	(47,044.80)
Pago de materia prima periodo anterior		-	(32,400.00)	(35,640.00)	(39,204.00)	(47,044.80)
Mano de Obra Sueldo		(16,800.00)	(16,800.00)	(16,800.00)	(16,800.00)	(16,800.00)
Mano de obra Prestaciones		(6,244.00)	(6,244.00)	(6,244.00)	(6,244.00)	(6,244.00)
Gastos operativos		(9,150.00)	(9,315.00)	(16,309.50)	(32,602.35)	(34,283.06)
Gastos administracion		(44,111.00)	(44,945.00)	(46,029.20)	(47,438.66)	(49,270.96)
Gastos Financieros		(836.16)	(707.13)	(561.32)	(396.56)	(210.38)
Depreciacion		(4,918.00)	(4,918.00)	(3,868.00)	(3,868.00)	(3,868.00)
Impuesto sobre la renta		-	-	(1,525.25)	(2,165.51)	(2,908.41)
Depreciacion(positivo)		4,918.00	4,918.00	3,868.00	3,868.00	3,868.00
Pago Princial		(992.55)	(1,121.58)	(1,267.39)	(1,432.15)	(1,618.33)
Anticipo de dividendos		-	-	-	(10,000.00)	(10,000.00)
<b>Flujo Neto Efectivo</b>	<b>(25,728.00)</b>	<b>1,631.29</b>	<b>10,442.88</b>	<b>19,647.07</b>	<b>19,289.44</b>	<b>15,617.31</b>

## 5.4 Análisis y Valuación del Proyecto

Entidad	Aportación	% participación	TMAR	TMAR mixta
Socios	\$ 25,728.00	80%	20.00%	16.0%
Bancos	\$ 6,432.00	20%	13.00%	2.6%
				18.6%

AÑO	FNE	Saldo por recuperar
2015(AÑO0)		(25,728.00)
2016	1,631.29	(24,096.71)
2017	10,442.88	(13,653.83)
2018	19,647.07	5,993.24
2019	19,289.44	25,282.67
2020	15,617.31	40,899.98
<b>VAN</b>	<b>11,253.92</b>	
<b>TIR</b>	<b>32%</b>	
<b>PRI</b>	<b>2.7 Años</b>	

## 5.5 Análisis de Estudio Financiero

Se procedió a realizar el estudio financiero utilizando los 3 criterios básicos de estrategias de valuación; VAN, TIR y PRI. El primer método utilizado para valuar el rendimiento del capital de RECHARGED es el Valor Presente Neto. Este se calcula restando la inversión inicial de un proyecto del valor presente de sus flujos de entrada de efectivo descontados a una tasa equivalente al costo de capital de la empresa. En el caso de RECHARGED el VAN es de US\$ 11,253.92 por lo cual según este método de valuación es un proyecto muy rentable ya que se generaran un rendimiento mayor al costo de capital.

Respecto a la técnica de la TIR, la cual es la tasa de rendimiento que ganará la empresa si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas, esta garantiza que la empresa gane por lo menos su rendimiento requerido. Este resultado debería aumentar el valor de mercado de la empresa y, por lo tanto, la



riqueza de sus dueños. RECHARGED tiene una TMAR o tasa mínima aceptable de riesgo (rendimiento requerido) del 18.6% y una TIR de 32%, por lo tanto, según este indicador también es aceptable realizar este proyecto.

Por último analizamos el periodo de recuperación de la inversión el cual es de 3.08 años. Este indicador nos expresa que la inversión de los socios será recuperada rápidamente por lo cual es llamativo para los socios ya que no tendrán que esperar un gran periodo para recuperar su inversión y obtener flujos de efectivos positivos.

Es necesario saber el rendimiento que tendrán los inversionistas por su aporte a la inversión en este proyecto, por esa razón se han aplicado razones de rentabilidad del patrimonio.

INDICADOR		FORMULA	SIGNIFICADO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rentabilidad del Patrimonio	%	<b>UTILIDAD NETA AÑO/CAPITAL EN ACCIONES COMUNES</b>	Refleja qué tan rentable es la Inversión de los Socios de la empresa	-19%	14%	20%	26%	17%

Este indicador nos refleja el rendimiento ganado en utilidades sobre la inversión de los accionistas, por los cálculos realizados, se observa que por cada unidad de capital invertido se genera en el mediano plazo (Año 3) un 20% de utilidades.

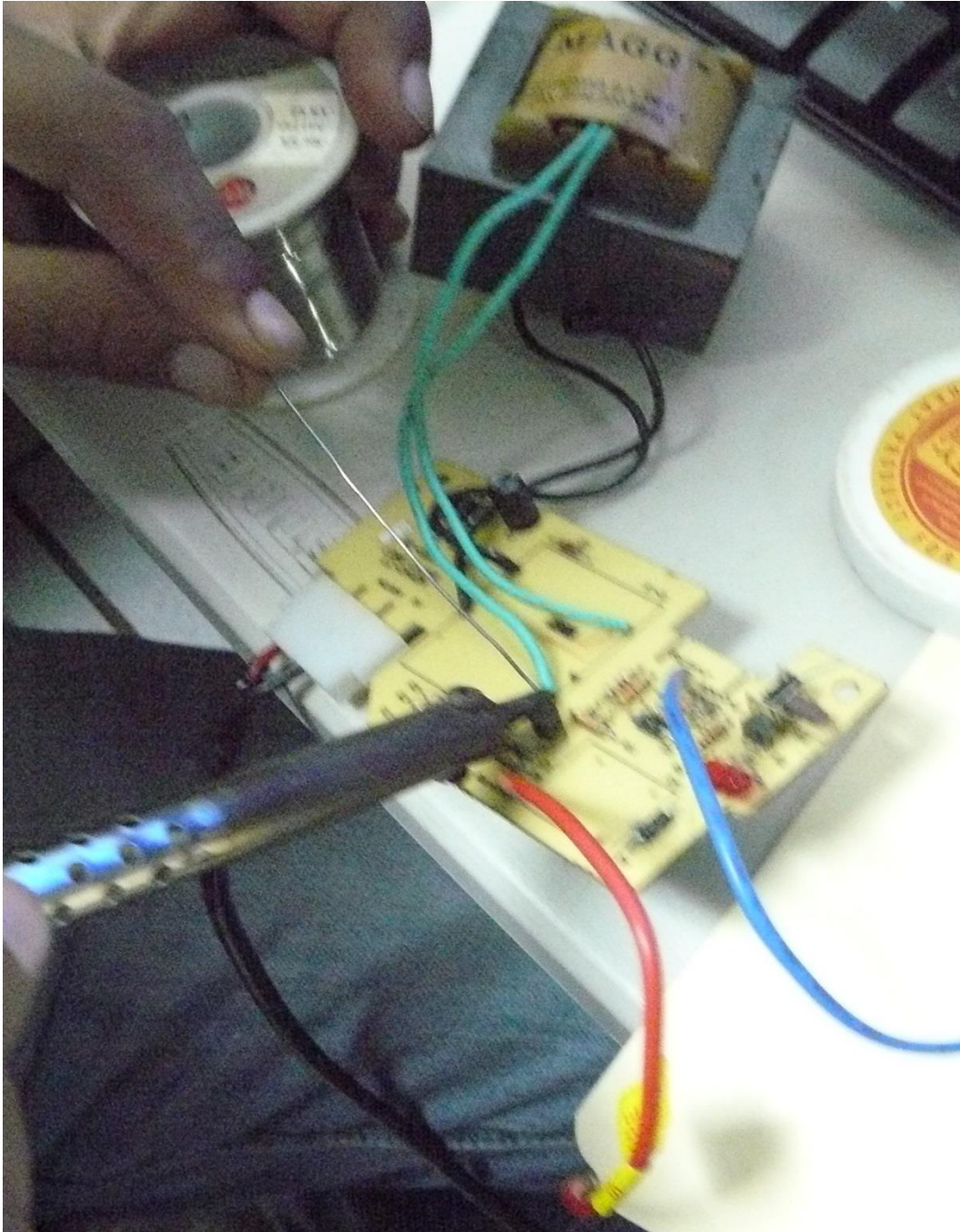
En conclusión, RECHARGED es un proyecto muy rentable, el cual a mediano plazo (a partir del segundo año) se comenzarán a observar las utilidades generadas, las cuales a un largo plazo tendrán la capacidad de generar una tasa de retorno aceptable para los inversionistas. Por lo tanto, invertir en RECHARGED es sinónimo de ganancias.

# Anexos



**Prueba de funcionamiento de la tarjeta del cargador**





# Bibliografía

1. [http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/trimestral/cuentas\\_nacionales/cuentas\\_nacionales\\_4.pdf](http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/trimestral/cuentas_nacionales/cuentas_nacionales_4.pdf)
2. [https://es.surveymonkey.com/summary/PbdqgU6tERPxBaBW1cUOe2WrFlRfDZK\\_2B94O6RVsXSOA\\_3D](https://es.surveymonkey.com/summary/PbdqgU6tERPxBaBW1cUOe2WrFlRfDZK_2B94O6RVsXSOA_3D)
3. <http://tecnologia.love/como-funcionan-las-power-bank/>
4. [http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/anual/nicaragua\\_cifras/nicaragua\\_cifras.pdf](http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/anual/nicaragua_cifras/nicaragua_cifras.pdf)